SFR PLAYER

NUMÉRO 10

INVITÉE SPÉCIALE
DANAH BOYD

NEW YORK
FEUILLE DE ROUTE DIGITALE

POP CULTURE
LE BIG DATA AU CINÉMA

DATA : UN MONDE À EXPLORER

PLAYERS

DANAH **BOYD**

Ethnographe américaine spécialiste des médias sociaux, Danah Boyd est actuellement chercheuse au sein de Microsoft Research ainsi qu'à l'université de New York. Ses travaux se concentrent sur les usages liés à l'Internet et aux réseaux sociaux.
INVITÉE SPÉCIALE P14

SIMON **CHIGNARD**

Consultant spécialisé dans l'open data, Simon Chignard est l'auteur de *L'Open Data, comprendre l'ouverture des données publiques* (éditions FYP, 2012). Il est également président de l'association BUG et vice-président de la Cantine numérique rennaise.
SERVICE PUBLIC 3.0 ? P26

ROMAIN **LACOMBE**

Romain Lacombe est chargé de l'innovation et du développement au sein d'Etalab, la mission gouvernementale sur l'ouverture des données publiques. Il œuvre depuis deux ans au développement de data.gouv.fr, la plateforme française open data.
INTERVIEW P28

JEAN-MARC **MANACH**

Jean-Marc Manach est journaliste, spécialisé dans les questions liées à l'impact des technologies numériques sur la société et à la protection de la vie privée. Il a signé le livre *La Vie privée, un problème de vieux cons ?* (éditions FYP, 2010).
INTERVIEW P43
ET EN VIDÉO SUR SFR.COM

JEAN-BAPTISTE **MICHEL**

Jean-Baptiste Michel est un scientifique franco-mauricien, ancien de Polytechnique et de Google, qui dirige à Harvard le groupe de recherche sur l'utilisation de big data dans les domaines de la biologie, de la médecine et des sciences sociales.
INTERVIEW P38

PHILIPPE **NIEUWBOURG**

Philippe Nieuwbourg est journaliste, auteur et formateur, spécialisé dans les outils et méthodes d'analyse de données. Il est l'auteur de *Big data*, le premier livre en français sur le sujet, qui paraîtra en 2013 aux éditions Dunod, et anime le site Decideo.
AVANT-PREMIÈRES P46

FRÉDÉRIC **TARDY**

Frédéric Tardy est président de l'antenne américaine de l'Atelier, la cellule de veille en innovation de BNP Paribas. Il couvre aussi chaque semaine l'actualité technologique de la Silicon Valley à la radio sur BFM et dans *Les Échos*.
CHRONIQUE P60

SOPHIE **VULLIET-TAVERNIER**

Directrice des affaires juridiques de la Commission nationale de l'informatique et des libertés (Cnil) jusqu'en 2011, Sophie Vulliet-Tavernier a ensuite pris la tête de la direction des études, de l'innovation et de la prospective de la commission.
INTERVIEW P43

DIRECTION DE LA PUBLICATION : **JULIEN VILLERET**. DIRECTION DE LA RÉDACTION : **NATHALIE RICARD-DEFFONTAINE**. RÉDACTION EN CHEF, DIRECTION CRÉATIVE : **CLAIRE CAILLAUD**, **ABDEL BOUNANE**. RÉDACTION EN CHEF ADJOINTE : **CHLOE RHYS**. DIRECTION ARTISTIQUE : **ALICE LITSCHER**. MAQUETTE : **JULIE ASPERTI-BOURSIN**. PRODUCTION : **LOLA COUDERT HAOUISÉE**
RÉDACTION : **JESSICA CHEKROUN**, **SANDIE DUBOIS**, **MATTHIAS JAMBON-PUILLET**, **PASCALE LAGAHE**, **MAUD SERPIN**, **MORGANE TUAL**, **ETAÏNN ZWER**. COMMUNITY MANAGEMENT, ON LINE : **JULIEN GILBERT**, **MARC BODA**, **ARNAUD RECULÉ**. SECRÉTARIAT DE RÉDACTION, TRADUCTION : **CERISE FONTAINE**. DATAVISUALISATION : **NICOLAS VERRIER** CHEZ **ÉCLAIRAGE PUBLIC**. PHOTOGRAPHIE : **VINCENT DESAILLY**, **ALEXIS DAHAN**, **ROMIN FAVRE**. ILLUSTRATION : **GWENDAL LE SCOUL**, **LABEL TANIA**, **JEAN LEBLANC**, **MARIE-LAURE CRUSCHI**. RETOUCHE : **PIXUS**. PHOTOGRAVURE : **JOUVE**. IMPRESSION : **STIPA**.
CRÉDITS PHOTO : COUVERTURE, INVITÉE SPÉCIALE DANAH BOYD : **ALEXIS DAHAN**. PLAYERS : **LOREN LEPORT** (FRÉDERIC TARDY). CONVERSATIONS NUMÉRIQUES : **DANIEL GILLET**. PORTFOLIO : **VINCENT DESAILLY**. CONNECTÉS : **IMAGES PRESSE**. DATALOG : **ROMIN FAVRE**.
MERCI À : **JACQUES BEKDA**, **RUDY CAMBIER**, **VIRGINIE CHÈZE**, **NATHAN STERN**.

UN NOUVEAU **MONDE**

L'explosion des data pose des questions inédites.

Pour le célèbre auteur de science-fiction William Gibson, nous passons d'un monde où nous étions devant l'information, à un monde où nous vivons dans l'information. Les données nous entourent et sont de plus en plus nombreuses : nous produisons chaque jour 5 exabits, soit l'équivalent de tout ce que l'humanité a produit entre ses débuts et 2003. Un « déluge d'informations » accéléré par le Web social et par l'ouverture des données, qui promet des opportunités inimaginées. L'exploration intelligente et la valorisation de ces données permettraient l'émergence de nouveaux métiers et business, voire même de révolutionner les sciences. Cette explosion de data nous pose aussi, tant individuellement que collectivement, des questions inédites. Parmi les plus cruciales : comment gérer la masse de données que nous diffusons, volontairement ou à notre insu, en accord avec les entités qui souhaitent les réutiliser ? Les données sont désormais partout. Reste à savoir comment en tirer parti au mieux. Et à apprendre à vivre dans un nouveau monde. •

SFR PLAYER

SOMMAIRE

NEWMERIQUE
Datalog p08

INVITÉE SPÉCIALE
Danah Boyd p14

DOSSIER
Data spécialistes p48

ALLO SFR
C'est pour vous ! p52

FICTION
Le tag fatal p62

#PERSO
École, réformes en #cours p59

PRO NUMERIQUE
Tart-up ! p64

POLITIC
New New York p12

ÉDITO ..... Un nouveau monde p01
NEWMERIQUE ..... Connectés p04
Datalog p08
CONVERSATIONS NUMÉRIQUES ..... Interconnexion ! p10
POLITIC ..... New New York p12
INTERVIEW ..... Danah Boyd p14
DOSSIER ..... Data : un monde à explorer p20
Données à valeur ajoutée p22
Service public 3.0 ? p26
DatArt p30
Nouvelles données, nouveaux métiers ? p34
Néo-sciences p36
Quel pouvoir sur mes données ? p40
Données sur nos données p44
Avant-premières p46
Data spécialistes p48
ALLÔ SFR ..... C'est pour vous ! p52
#PERSO ..... La diversité par l'innovation p58
École : réformes en #cours p59
Over-personnel ? p60
Données et connaissance p61
FICTION ..... Le tag fatal p62
PRO NUMÉRIQUE ..... Tart-up ! p64

SFR PLAYER CONTINUE ONLINE SUR SFRPLAYER.COM OU SUR VOTRE MOBILE

SFR PLAYER, MODE D'EMPLOI

SFR a créé SFR PLAYER pour accompagner la révolution numérique et décrypter ses effets sur notre société et notre vie quotidienne.

Quel est ce nouveau monde digital qui naît sous nos yeux ? Qui en sont les acteurs ? Comment tirer le meilleur parti des possibilités du numérique, à titre personnel comme professionnel ? Sur un ton à la fois pédagogique et ludique, SFR PLAYER invite ses lecteurs à développer leur culture digitale. SFR PLAYER est le produit de la rencontre entre tous les acteurs du numérique. On y côtoie aussi bien les grandes figures du Web que de jeunes start-up ou des acteurs publics engagés, tous prêts à ouvrir le débat.
Magazine papier et digital, SFR PLAYER est produit avec de jeunes professionnels des médias, du graphisme et de la création visuelle contemporaine.

RETROUVEZ-NOUS EN LIGNE
SUR **SFRPLAYER.COM**

PROPOSEZ DES SUJETS
ET **ENTREZ EN CONTACT**
AVEC LA RÉDACTION

RETROUVEZ NOS CONTENUS
SUR LE **WEB, SMARTPHONE**
OU TABLETTE TACTILE

SUIVEZ NOS ACTUS
SUR TWITTER
VIA **@SFRPLAYER**

ABONNEZ-VOUS
À **NOTRE NEWSLETTER**
SUR SFR.COM/ABONNEMENT

CONNECTÉS

Nettoyez votre écran tactile : SFR PLAYER vous propose une mise à jour acidulée de votre culture web, geek et high-tech.

MOT DU MOIS À chaque numéro, SFR PLAYER vous fait découvrir un nouveau mot. Ce mois-ci…

SHOWROOMING

Très en vogue, le *showrooming* consiste à aller chez les commerçants pour tester un produit avant de vérifier (parfois sur le lieu même avec son smartphone !) où l'acheter moins cher sur le Net.

TECHNO-COCORICO !

Le Consumer Electronics Show (CES) de Las Vegas vient de décerner deux trophées de l'innovation à des start-up françaises, Netatmo et Sculpteo. Netamo a lancé la première station météo personnelle pour iPhone, un produit innovant qui mesure non seulement les conditions météo mais aussi la qualité de l'air à l'intérieur d'une pièce. Le smartphone peut envoyer des notifications quand le niveau de CO2 ou d'autres agents polluants a atteint un niveau trop élevé. Quant à Sculpteo, leur service permet de créer et de commander des objets imprimés en 3D. Pour les plus inspirés, il est même possible d'ouvrir sa propre boutique et de revendre ses créations !
netatmo.com et *sculpteo.com*

DE VISU

Pour suivre et comprendre les tendances sur Twitter, il fallait jusqu'à présent surveiller les fameux *trending topics*, ces hashtags les plus utilisés à un instant *t*. Visibrain propose de réaliser sa propre veille des tendances sur Twitter grâce à un tableau de bord complet séparé en champs sémantique, démographique, technique… Il a même séduit l'équipe de campagne de François Hollande lors des dernières élections. Plusieurs entreprises font déjà appel aux services de Visibrain pour évaluer le buzz de leurs produits, de leur marque ou d'une personnalité sur le réseau qui gazouille.
visibrain.com

Visibrain

VERSUS LA DIGITALISATION DE L'ÉCONOMIE EST-ELLE L'UNE DES ORIGINES DE LA CRISE ?

Thibaut De Jaegher, directeur de la rédaction de *L'Usine nouvelle
OUI. Lorsque l'on parle de la crise, on oublie trop souvent d'évoquer la digitalisation de l'économie. L'arrivée d'Internet a libéré une force numérique qui contraint tous les secteurs, les uns après les autres, à revoir leur positionnement, leur stratégie et surtout les outils qu'ils déploient pour la mettre en œuvre. Dans toutes les industries, la digitalisation est un sujet majeur. Elle détruit des activités très rémunératrices, mais en génère de nouvelles, prometteuses. Elle élimine des valeurs sûres, mais révèle des talents insoupçonnés. Elle condamne de grands groupes trop peu agiles, mais engendre des graines de champion… Internet et le numérique rebattent les cartes et les règles de notre économie. Ils nous obligent à revoir nos modèles fiscal, social et entrepreneurial. Face à cela, deux attitudes possibles : défendre à tout prix ses rentes et ses acquis, ou tenter d'inventer les nouveaux produits et services qui accompagneront le mouvement de fond.

Christine Balagué, coprésidente de Renaissance numérique
NON. La digitalisation peut nous aider à sortir de la crise : l'accélération de la numérisation des entreprises est une source potentielle de croissance et d'emplois. Cela doit cependant s'accompagner d'actions pour favoriser l'émergence d'un écosystème entre le monde de la recherche et de l'entreprise qui permettrait d'être à la pointe des évolutions technologiques ou d'usages, et de développer un réel avantage concurrentiel. Autre piste : la fluidification de la relation entre État et entreprises pour dynamiser la croissance, en développant en particulier les incubateurs d'entreprises au sein de toutes les structures universitaires et en y intégrant un système de parrainage. Enfin, il faut faire évoluer l'accompagnement des décideurs publics dans l'évaluation des dossiers de financement. Ces mesures sont simples et de faible coût pour les pouvoirs publics. L'objectif désormais est de les mettre en place.

*Extrait d'une tribune parue dans *L'Usine Nouvelle* le 21/11/2012.

JEU *VS* MUCOVISCIDOSE : 1-0

L'appareil de détection de mouvements Kinect n'arrête pas de surprendre. Dernière application en date : aider les enfants à combattre la mucoviscidose. Une équipe française basée à Orléans a développé Ki-Breath, un ensemble de mini-jeux vidéo permettant aux enfants malades de travailler leur souffle tout en s'amusant. Une sorte de ludification des exercices de santé. On approuve !

APPLISCOPE

La sélection AppliScope SFR, c'est le guide quotidien des meilleures applis pour votre smartphone. Focus sur quatre applis qui vous aident à mieux protéger vos données !
appliscope.sfr.fr

CACHER SES DATA

Destinée aux paranos prudents, Secret Life se fait passer pour une appli de type jeu de morpion mais cache en fait vos photos, vidéos, notes et contacts sous un dossier secret, accessible uniquement en saisissant un code.
iOS

GÉRER SES LOCALISATIONS

Si vous souhaitez vous géolocaliser mais contrôler le partage de vos données, l'appli OpenPaths devrait vous plaire. Une solution intéressante pour garder une trace des endroits visités et des itinéraires empruntés tout en veillant au cryptage de ses data.
iOS, Android

CONNAÎTRE
LES DESSOUS
DES APPLIS

Vous ne vous en doutez peut-être pas mais les applis que vous téléchargez ont leur propre vie en *back-office*… Vous voulez savoir ce qu'elles font alors de vos données personnelles ? Clueful se charge de vous le rapporter.
iOS

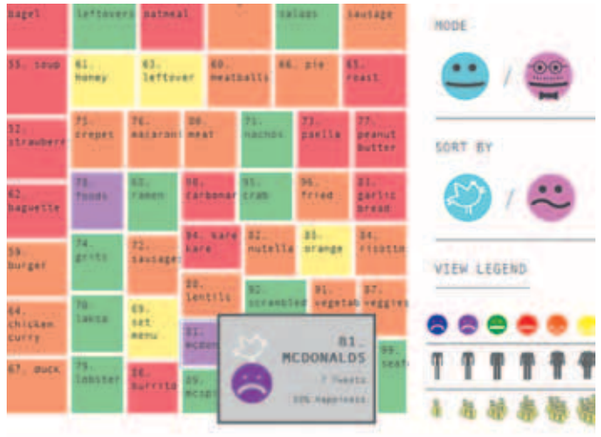
SCAN COMPLET

Protéger ses données, les effacer à distance mais aussi repérer d'éventuels malware ou spyware, c'est le job de Lookout, appli de sécurité complète qui permet aussi de localiser son smartphone en cas de perte ou de vol.
iOS, Android

LES PROFS FONT DES VIDÉOS

Basé aux États-Unis, SmarterCookie est un site de partage de vidéos entre professeurs. Chacun peut filmer ses cours et les partager sur le réseau, afin que d'autres enseignants puissent s'en inspirer ou encore proposer des pistes d'amélioration.
beasmartercookie.com

ALIMENTS + SENTIMENTS



Est-on heureux en mangeant un Happy Meal ? Les salades nous rendent-elles tristes ? Les cakes sont-ils réconfortants ? En exploitant les données géographiques et les champs lexicaux plus ou moins positifs publiés sur Twitter, Affect Lab, Jana + Koos et AI Applied ont créé Food Mood : un site capable de dresser une cartographie, pays par pays, des impressions ressenties grâce à la nourriture. Aidé de données publiques, Food Mood permet ainsi de mieux saisir, entre autres, les liens entre obésité, émotion et repas, ainsi que les modèles de consommation locaux et leur impact sur le bien-être émotionnel des peuples.
foodmood.in

TROTTOIR, MON BEAU TROTTOIR

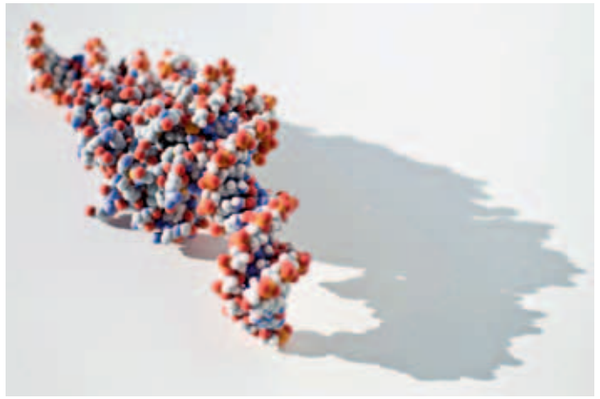
Les villes modernes luttent pour rendre leur place aux piétons au milieu des voitures et des vélos. C'est pourquoi le site Walkonomics propose aux utilisateurs du monde entier de décrire et de noter leur rue en fonction de la largeur de ses trottoirs, de sa dangerosité ou encore des activités qui y sont proposées. Clic droit devant !
walkonomics.com

SOCIAL, MAIS PRIVÉ

Issu de la tendance *social mooding*, les réseaux sociaux qui proposent des services selon l'humeur de ses membres, UP4 permet de faire des rencontres en fonction de ses humeurs : *Speed* (conversations), *Pulse* (animations), *Quest* (réflexion, découverte), *Chill* (détente, évasion). L'application peut vous signaler instantanément tout rendez-vous à proximité… mais seulement si vous êtes d'humeur compatible !
up4.fr, et bientôt en test dans l'Atelier SFR, *atelier.sfr.fr*

LIVRES SCOLAIRES NUMÉRIQUES OBLIGATOIRES

L'État de Californie vient d'adopter une loi en vue d'offrir des livres scolaires numériques à la nouvelle génération d'élèves. Les exemplaires papier seront toujours vendus à tarif préférentiel, mais chaque étudiant devrait pouvoir disposer gratuitement de tous ses manuels en version dématérialisée. Peut-être le début d'une révolution dans l'enseignement ?

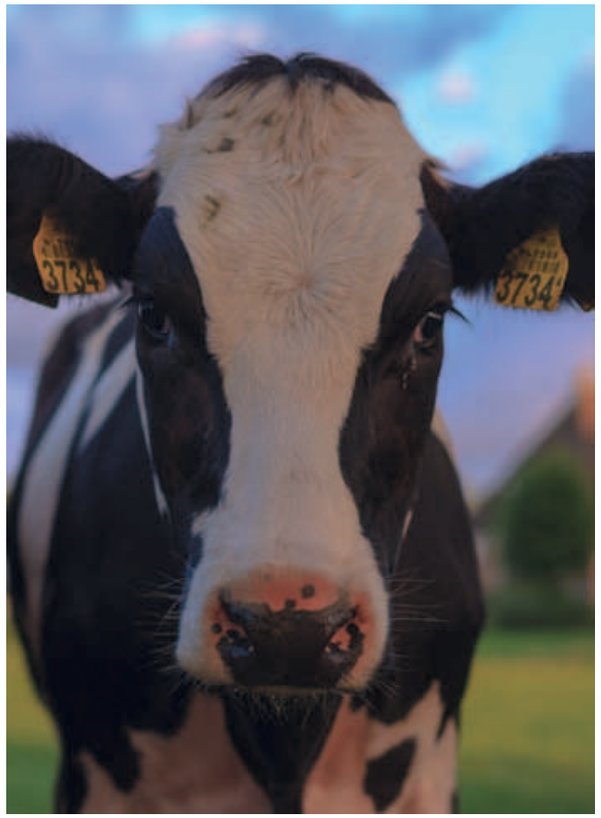


CARTOUCHES D'ADN

Les imprimantes d'un nouveau type n'en finissent plus de stimuler les inventeurs de tout bord. Voilà qu'une équipe de biologistes pense pouvoir mettre au point une imprimante biologique capable de produire des vaccins à la maison. Au-delà de l'aspect pratique (se soigner sans sortir de chez soi), des applications plus ambitieuses sont à l'étude comme l'accès aux traitements dans les zones éloignées ou encore l'hyperpersonnalisation des soins.
goo.gl/kdMYV

VACHES CONNECTÉES

La Suisse est le théâtre d'une drôle d'innovation. Des capteurs (à 1400 $ l'unité), placés sur des vaches, détectent quand l'animal est en chaleur et en avertissent l'éleveur par SMS. Ceci dans le but de s'assurer de la bonne reproductivité des troupeaux. Vachement utile !
goo.gl/VNTh1



DATALOG

Si vous avez envie de laisser votre mobile ou vos objets quotidiens suivre, gérer et anticiper tous les aspects de votre vie, voici une sélection conso faite pour vous…

MOBILES ET TABLETTES*

(DANS LE SENS DES AIGUILLES D'UNE MONTRE)

ASUS GOOGLE NEXUS 7
MOTOROLA RAZR HD
SAMSUNG GALAXY NOTE 2
SONY XPERIA T
SAMSUNG GALAXY TAB 2 7.0
HTC ONE XL

APPAREILS

1. WEMO

Voici WeMo. Votre maison a enfin sa propre application. WeMo est une famille de produits qui permettent de contrôler intelligemment vos appareils électriques où que vous soyez. Lorsque vous rentrez chez vous, la lumière est allumée. Quittez la pièce et le téléviseur s'éteint. Il est aussi possible de programmer des plages horaires pour vos appareils ou d'éteindre la lampe du salon alors que vous vous trouvez au restaurant, à l'autre bout de la ville.
Interrupteur : 49,99 €**

2. SMART BABY MONITOR WITHINGS

Ce babyphone vidéo enregistre les bruits, mais aussi les mouvements, le taux d'hygrométrie et la température de la chambre de votre enfant. Les données sont envoyées via WiFi sur l'appli dédiée, et sont visualisables en graphiques pour mesurer leur progrès au jour le jour.
299 €**

3. TENSIOMÈTRE INTELLIGENT WITHINGS

Enregistrez automatiquement votre tension sur iPhone ou iPad sous forme de courbes qui vous permettront d'en évaluer l'évolution en un coup d'œil.
129 €**.

4. FITBIT ONE / 4 BIS. FITBIT ARIA

Ce coach électronique vous suit 24 heures sur 24, mesurant les pas effectués, la distance parcourue et les calories brûlées, et synchronise ces données avec votre ordinateur et tout smartphone compatible. Vos efforts seront récompensés par des badges, et vous pourrez comparer vos performances avec celles d'autres membres de la communauté. Aidé d'un pèse-personne dynamique qui mesure indice de masse corporelle et pourcentage de masse grasse, vous n'aurez plus aucune raison d'abandonner vos objectifs forme.
Coach électronique : 99,95 €** / Balance : 119,95 €**

APPLIS

5. TONIC

Tonic permet de garder une trace de tous vos soins médicaux. Suite à une visite chez le médecin, vous indiquez à l'appli le programme à suivre et Tonic vous aide à vous le rappeler ainsi qu'à estimer l'évolution de votre état de santé.
tonicselfcare.com

6. TICTRAC

Cette appli collecte les données de géolocalisation issues d'applications de suivi de performances sportives comme RunKeeper ou encore de Foursquare sur une même interface, pour une vision transversale de vos activités dans la ville.
tictrac.com

7. ZEO

Liée à un léger bandeau à porter quand vous dormez, l'appli Zeo enregistre votre activité cérébrale et vous donne des conseils ultra-personnalisés pour améliorer votre sommeil : quand faire de l'exercice, quelle devrait être la température de votre chambre, de combien d'heures de sommeil vous avez besoin… L'outil idéal pour ceux qui ne sont « pas du matin » !
myzeo.com

8. MOODSCOPE

Moodscope est une application qui mesure et partage votre humeur. Un jeu de cartes ludique vous demande d'indiquer chaque jour votre état d'esprit et les raisons qui le provoquent. Un graphique se met peu à peu en forme et vous permet d'analyser les causes de votre bonne ou de votre mauvaise humeur. Vous pouvez même indiquer les amis à avertir quand ça ne va vraiment pas bien…
moodscope.com

* Tarif selon forfait choisi, disponible sur sfr.fr et en Espace SFR.
** Prix conseillé

INTERCONNEXION !

Extraits de l'édition 2012 du forum des Interconnectés, l'événement numérique des collectivités territoriales.

10H
12H
14H
16H
18H
20H

La ville de Lyon accueillait les 3 et 4 décembre derniers le 9e forum des Interconnectés. Avec six conférences plénières, quinze ateliers et un espace d'exposition, ce rendez-vous organisé par le réseau des territoires innovants* offre la possibilité aux collectivités de se retrouver et de débattre de leurs projets numériques. Il récompense également les meilleures initiatives digitales par l'attribution du label Territoire innovant. Cette année, deux mots étaient dans toutes les bouches : open data et co-construction. « Les premières réflexions sur la ville numérique portent leurs fruits. La transversalité nécessaire pour développer des services se met en place concrètement : data, mobilité, objets connectés… Les territoires les plus avancés concrétisent les démarches entreprises depuis quelques années à travers des plans d'actions globaux, plans d'aménagement ou services administratifs dédiés », selon Céline Colucci, directrice du réseau.

JOUR 1.

10H :

GRAND DÉBAT :
« LE CITOYEN AUGMENTÉ »

Dès l'ouverture du salon, le ton est donné ! Marcel Desvergne, ancien président de l'agence Aquitaine Europe communication, rappelle qu'il ne faut « pas oublier que c'est l'homme qui est au centre de l'écosystème numérique ». En réponse, Pascale Luciani-Boyer, maire adjointe de Saint-Maur-des-Fossés et vice-présidente de l'association des maires d'Île-de-France, livre sa vision du citoyen augmenté, « un citoyen qui fait vivre la cité, la co-construit ». L'élue annonce une toute nouvelle application « renseignée par les citoyens » pour visualiser en temps réel les places de stationnement disponibles réservées aux personnes handicapées de sa ville.

13H :

LES STANDS ET LES INNOVATIONS

Parmi les concepts innovants, le tiers-lieu itinérant, installation ludique proposée par l'association stéphanoise Zoomacom. Delphine Duriaux, animatrice et « concierge », explique : « Ouvert à tous les publics, le tiers-lieu est idéal pour partager et acquérir de nouvelles compétences. » À quelques mètres de là, un lampadaire interactif, conçu par les étudiants de l'école de design Strate Collège, se déplace selon les besoins des usagers. « Le design peut être un catalyseur pour l'innovation sociale, apporter du sens à un territoire ! », souligne Fabrice Langlais, responsable des relations avec les entreprises de l'école.

« C'EST L'HOMME QUI EST AU CENTRE DE L'ÉCOSYSTÈME NUMÉRIQUE »

15H :

GRAND DÉBAT : « LA VILLE DE DEMAIN »

Le design est justement au cœur du grand débat sur la ville de demain, organisé avec la fédération nationale des agences d'urbanisme. Pour Alain Renk, président de l'Urban Fabric Organisation, « tout comme l'élu, le designer s'intéresse à la vie des gens et travaille à ce qu'elle soit belle et harmonieuse ». Pour les intervenants, il est urgent que le numérique s'intègre en amont des projets. « Aujourd'hui, chaque logement neuf devrait être raccordé au très haut débit ! », considère Jean-Paul Leroy, directeur de la mission aménagement numérique de Lille Métropole.

20H :

SOIRÉE DE GALA

Les participants se retrouvent pour une soirée au cours de laquelle sont remis vingt et un labels Territoire innovant. Parmi les lauréats, Montpellier avec son projet de grands écrans publics interactifs, ou encore la communauté urbaine de Marseille avec le dispositif « Trions nos déchets », un ensemble d'outils numériques de sensibilisation autour du recyclage.

JOUR 2.

14H :

ATELIER TIERS-LIEUX

Place aux dernières innovations en matière de coworking. La communauté urbaine de Strasbourg présente la Plage digitale. Cet espace de travail collaboratif « favorisant la création d'entreprises et la mixité » accueille aujourd'hui start-up et travailleurs nomades. Avec de nombreuses animations, le tiers-lieu est promis à un bel avenir. Notons que la Caisse des dépôts a, elle aussi, pris part au mouvement en soutenant un projet de déploiement de cent espaces de travail partagés en Île-de-France…

15H30 :

ATELIER OPEN DATA

Dans cet atelier, des représentants passionnés de l'agglomération de Nantes, de la Région Pays de la Loire et du département Loire-Atlantique divulguent au public leur projet de plateforme open data mutualisée. En 2013, les trois collectivités vont en effet harmoniser leurs jeux de données déjà libérés. Parallèlement, Rennes présentait son programme d'ateliers participatifs pour les habitants, mis en place afin que la démarche open data de la ville profite à tous.

Afin de prolonger les débats engagés lors du forum, les Interconnectés et SFR vous donnent rendez-vous au printemps prochain. À suivre sur *sfrplayer.com*

* Le réseau des territoires innovants est la première association nationale de diffusion des usages numériques pour les collectivités françaises, animée par l'assemblée des communautés de France (AdCF), l'association des communautés urbaines de France (ACUF) et l'association des maires des grandes villes de France (AMGVF).

14H
15H

NEW NEW YORK

New York serait-elle sur le point de devenir la nouvelle Silicon Valley ? C'est en tout cas l'ambition de son maire, Michael Bloomberg, qui a fait du numérique une priorité. Décryptage des actions qui font passer la Grosse Pomme au 2.0.

Constitution d'une équipe dédiée, investissements dans les infrastructures, présence en ligne massive, utilisation des réseaux sociaux, création d'applications… New York est sur tous les fronts. Une politique qui attire géants du Web, start-up et investisseurs.

Pour évaluer les progrès et poser les objectifs pour l'année à venir, l'équipe numérique de la ville a dévoilé sa feuille de route en septembre dernier. Cinq grands chantiers sont à l'ordre du jour : réduction de la fracture numérique, éducation, open data, communautés en ligne et industrie. Le tout servi par des initiatives aussi originales qu'ambitieuses.

ACCÈS
LUTTER CONTRE LA FRACTURE NUMÉRIQUE

Pour rendre la technologie accessible à tous, et notamment aux plus démunis, New York s'est engagée à installer quarante *community technology centers* dans ses quartiers les plus défavorisés. Ces espaces permettent de se connecter gratuitement à Internet, d'utiliser ordinateurs, tablettes et caméras mais aussi de s'initier à l'informatique. Huit ont déjà ouvert leurs portes. Pour aller plus loin, la ville a aussi investi 14 millions de dollars afin de moderniser les équipements des bibliothèques, des maisons de quartiers et des centres de loisirs.

ÉDUCATION
MODERNISER L'APPRENTISSAGE POUR MIEUX PRÉPARER L'AVENIR

Et si les écoles réinventaient l'école ? C'est l'idée du programme iZone, ou *innovation zone*, mis en place dans deux cent cinquante établissements scolaires new-yorkais. Enseignants et élèves ont pour objectif d'expérimenter de nouvelles formes d'éducation, incluant des parcours individualisés et l'usage des nouvelles technologies. Des outils permettent par exemple de suivre en temps réel le niveau de chaque élève, afin que les professeurs puissent réorganiser leur travail en fonction. Et grâce aux ressources pédagogiques en ligne, chaque enfant est un peu plus équipé pour progresser à son rythme.
schools.nyc.gov/community/innovation/izone

OPEN GOVERNMENT
FAVORISER L'INNOVATION ET LA TRANSPARENCE

À la pointe de l'open data, New York a publié plus de neuf cents « lots » de données. Encore faut-il que ces données servent à quelque chose… Pour encourager leur exploitation, la ville a lancé le NYC BigApps, un concours récompensant les meilleures applis au service des citoyens. Lors de la dernière édition, quatre-vingt-seize ont été soumises au jury et sont désormais disponibles sur le site du concours. Les douze gagnantes ont empoché, en tout, 50 000 dollars. Parmi elles, Sage permet de rechercher une école maternelle ou primaire par zone, en y associant les résultats obtenus par les établissements aux examens nationaux, et Work+ aide les travailleurs freelance à trouver des lieux pour travailler hors de chez eux.
nycbigapps.com

INDUSTRIE
SOUTENIR LE SECTEUR HIGH-TECH POUR DÉVELOPPER LA CROISSANCE ÉCONOMIQUE

Découvrir l'écosystème numérique de New York en un coup d'œil : c'est ce que permet la NY Digital Map, une carte interactive et collaborative qui référence start-up, pépinières, espaces de coworking et même investisseurs. Une option permet aussi de repérer les entreprises tech qui embauchent. À l'heure où nous écrivons ces lignes, pas moins de 1 026 postes sont à pourvoir ! Un excellent coup de com' pour la ville de New York.
mappedinny.com

COMMUNAUTÉS EN LIGNE
RENFORCER LE DIALOGUE ENTRE LA VILLE ET SES HABITANTS

Présente sur de nombreux réseaux sociaux, New York met un point d'honneur à maintenir le dialogue avec ses habitants grâce aux nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC). Une stratégie qui a porté ses fruits lors du passage de l'ouragan Sandy : les autorités se sont emparées des réseaux sociaux pour transmettre des informations importantes aux citoyens. Elles ont aussi activé le programme PLAN, pour *personal localized alerting network*, spécialement conçu pour les situations d'urgence, et qui comprend la possibilité d'envoyer des alertes push géolocalisées sur les mobiles des New-Yorkais. ■

New York's digital roadmap, nyc.gov/digital

DANAH BOYD
ETHNO EX-CENTRIC

À 34 ans, Danah Boyd est chercheuse au laboratoire Microsoft Research et à l'université de Harvard, professeur à l'université de New York, et surtout l'une des premières ethnologues dont les recherches portent sur une tribu dont elle-même est issue : la génération qui a grandi avec Internet. Provocatrice et iconoclaste, son nom est définitivement inscrit parmi ceux des figures les plus influentes du monde numérique. Interview.

Chloe Rhys
Interview

Danah Boyd examine depuis bientôt dix ans les pratiques liées à Internet et aux réseaux sociaux, en portant une attention particulière à la population jeune et aux questions d'identité, de représentation de soi et de vie privée. L'enthousiasme avec lequel elle parle de ses sujets de recherche est un bon indicateur de son lien et de son usage très personnel d'Internet. *Digital native* ayant appris seule à coder, passée par l'université Brown (Rhode Island), elle a étudié la sociologie et l'ethnologie au MediaLab du Massachusetts Institute of Technology (MIT) puis à l'université de Californie à Berkeley. Ses recherches l'ont ensuite conduite à travailler chez Intel, Google, Nokia et aujourd'hui, donc, pour la filiale de recherche de Microsoft.

Sa méthodologie ? S'appuyer autant sur les pratiques quantitatives traditionnelles que sur la recherche ethnographique de terrain. Elle s'est, par exemple, intégrée dans des communautés de jeunes, d'habitants de banlieues pavillonnaires, de gangs musulmans à Nashville ou de majors de grandes écoles. Danah Boyd prend position. Elle n'hésite pas à exprimer son inquiétude face à l'usage maladroit du big data pour la recherche en sciences sociales. Dans cet entretien exclusif pour SFR PLAYER, Danah Boyd partage avec nous les sujets qui la passionnent, à l'aube de l'ère de l'Internet 3.0.

« NOTRE SOCIÉTÉ EST À UN CARREFOUR DANS SON RAPPORT AUX NOUVELLES TECHNOLOGIES. »

« LES ADOLESCENTS RECHERCHENT UN ENDROIT QU'ILS PUISSENT CONTRÔLER. »

•Comment définir votre approche de la recherche ?
Notre société est à un carrefour dans son rapport aux nouvelles technologies. Comment comprendre cette dynamique complexe ? On peut nourrir de grands espoirs sur ce que les technologies permettent, ou des peurs terribles sur les choses affreuses qui pourraient arriver. Une grande partie de mon travail de recherche consiste à me placer à ce carrefour précis, en disant : OK, prenons un peu de recul par rapport à ces extrêmes, ces espoirs fous et ces peurs absolues. Demandons-nous ce qui est vraiment en train de se passer et essayons de donner du sens à tout ça !

•Comment Microsoft, cette énorme structure, utilise-t-elle la recherche ethnologique pour améliorer ses produits ?
Microsoft Research est un endroit très spécial. Il a été créé sur le modèle des grands laboratoires de recherche industrielle, comme les laboratoires AT&T Bell ou PARC, chez Xerox.
Il y a plusieurs raisons qui poussent les entreprises à créer ce genre d'unité. Je dis souvent que c'est une sorte de « police d'assurance » pour l'entreprise, une manière d'être certain qu'on travaille plus sur le long terme que simplement sur les produits. Une entreprise comme Microsoft, si elle veut innover vraiment, comme elle l'a fait dans le passé, doit s'assurer qu'elle comprend la société et la culture de son temps de manière générale. Une technologie, même si c'est la meilleure technologie possible, ne peut pas fonctionner si elle est en décalage avec la société.

•Au sujet des adolescents, a-t-on raison de s'inquiéter (parfois) de leur usage d'Internet ?
Les adolescents recherchent un endroit qu'ils puissent contrôler. La plupart des jeunes vont sur Internet pour traîner avec des gens qu'ils connaissent déjà, avec qui ils vont à l'école, et leurs amis. Ils adoptent un environnement particulier, qui devient pour une période donnée leur espace, leur coin… Et puis leurs parents arrivent et il faut rééquilibrer la situation, car avoir les parents et les amis en même temps, c'est très déroutant. C'est pour cette raison qu'ils passent d'un service à un autre, en cherchant un endroit qui pourrait vraiment être à eux.
À la maison, si les ados ont le choix entre discuter avec leur mère ou avec leurs amis par chat ou SMS, la plupart préféreront leurs amis. Le résultat, c'est que les parents paniquent parce qu'ils voient leurs enfants « accros à leur portable », alors qu'en fait ce que ces jeunes veulent vraiment, c'est être avec leurs amis. Une fois qu'ils sont physiquement avec leurs copains, ils touchent rarement à leur téléphone. Cela explique d'ailleurs pourquoi les parents se plaignent que leurs enfants ne répondent pas quand ils les appellent !

•Les jeunes sont-ils tous égaux dans leur capacité à tirer le meilleur parti des réseaux sociaux ?
Il faut garder à l'esprit que les facteurs socio-économiques jouent fortement sur le comportement et la « quête d'attention » des jeunes sur les réseaux sociaux. Il apparaît que la recherche d'attention et l'exposition sur les réseaux sociaux sont plus courants dans les communautés plus modestes, où le prix à payer pour cette conduite est bien moins élevé que le gain potentiel. Des jeunes qui veulent absolument être acceptés à Harvard, par exemple, vont être très, très prudents quant aux traces qu'ils laissent sur Internet…

•Cela recoupe la question de l'anonymat. Jusqu'où peut-on rester anonyme sur Internet ?
Je pense que nous avons tous un désir profond de punir les mauvaises actions restées impunies, des manquements dans l'application de la loi par exemple. Les masses voient Internet comme un outil qui permet de rendre justice soi-même. À mon sens, Anonymous est un phénomène fascinant : leur éthique peut être une vraie menace pour notre culture, mais elle peut aussi vraiment aider dans certaines situations. On l'a vu au Mexique, où Anonymous a identifié une série de criminels liés au trafic de drogue. Ce groupe contredit en même temps ce que l'on considère être la liberté dans le contexte théorique de l'État-nation, une définition obtenue au terme de longues batailles historiques.

« LA POSSIBILITÉ DE CONTRÔLE EST ESSENTIELLE DANS LA PROTECTION DE LA VIE PRIVÉE. »

Par ailleurs, les gens s'engagent dans certaines activités de manière anonyme pour différentes raisons. Quand nous sortons dans la rue, nous ne sommes pas tout à fait anonymes mais nous ne sommes pas liés à toutes les données qui nous concernent. Eh bien, ce qui est difficile dans le monde des réseaux, c'est que d'une certaine manière, tout reste avec nous. Certains peuvent avoir envie d'utiliser des pseudonymes. Ce n'est pas forcément une envie de se cacher, mais peut-être l'envie de laisser de côté certains aspects de soi-même. Un bon exemple serait celui de quelqu'un qui a une belle carrière, mais qui est aussi en train de se battre contre un cancer, qui veut aller sur des forums et parler de la maladie avec d'autres gens, et qui n'a pas envie que ces deux mondes se mélangent.

•Quelle est votre opinion sur la multiplication des sites qui font usage de nos données personnelles ?
Je pense que les gens sont tout à fait prêts à faire des compromis, mais qu'ils veulent être informés et avoir l'impression qu'ils ont des outils de contrôle. Cela devient compliqué quand on commence à remettre en question cette possibilité de contrôler la situation. C'est cette possibilité de contrôle qui est essentielle, qui est au cœur de la conception courante de la protection de la vie privée.

•Comment appréhendez-vous l'utilisation du big data pour la recherche ?
Je commence à étudier les logiques culturelles qui accompagnent le phénomène big data. Quels espoirs les gens placent-ils dans cette évolution ? Comment comptent-ils l'utiliser ? Chez Microsoft Research, nous sommes plusieurs à travailler sur différents aspects du big data, en particulier une anthropologue et une sociologue des médias, Mary Gray et Kate Crawford. Kate Crawford a produit une grande étude sur les catastrophes naturelles, en observant comment le big data peut être une forme de narration sur la propagation d'informations suite à une catastrophe naturelle. Les recherches de Mary Gray se concentrent sur les informations qui ne sont pas prises en compte par le big data. Par exemple, quand vous extrapolez les données Twitter pour en tirer des conclusions sur l'ensemble de la population, vous oubliez qu'il y a des millions de personnes qui n'ont rien à voir avec Twitter, et vous faites des généralisations fausses sur la population.
D'un point de vue purement quantitatif, mon instinct est de toujours remettre en question ces données, d'essayer de m'assurer que nous obtenons des résultats aussi rigoureux que possible. C'est un moment intéressant pour la recherche, parce que lorsqu'on a affaire à des ensembles massifs de données on obtient souvent des corrélations fortes au premier abord… Mais si l'on n'a pas le réflexe de les regarder avec un point de vue critique, on ne peut pas leur donner un sens juste.

•Pour finir, avons-nous quelque chose à craindre d'Internet ?
Ce qui m'inquiète le plus, c'est que notre société est de plus en plus constituée de groupes séparés. Je ne parle pas que des communautés ethniques, mais de la notion même d'homophilie, le terme employé en sociologie pour dire « qui se ressemble s'assemble ». On s'aperçoit que les technologies nous permettent de trouver des personnes qui sont comme nous et de ne voir que ces personnes-là, même si elles nous permettent aussi de nous connecter à d'autres gens… Des recherches montrent que des équipes de travail composées de personnes qui pensent différemment produisent de meilleurs résultats, en termes de quantité et de qualité. Mais étrangement, ces équipes mixtes considèrent elles-mêmes qu'elles ont des résultats médiocres : elles pensent qu'elles font moins bien que des équipes homogènes, et en plus elles affirment être moins heureuses ! Je vois ces tendances être renforcées par les technologies. Nous allons vers une homogénéité toujours plus grande, en nous entourant de personnes qui pensent comme nous. ■

Retrouvez le blog de Danah Boyd
sur *zephoria.org/thoughts*

—

It's Complicated, qui rassemble le fruit des huit dernières années de recherche de Danah Boyd autour des réseaux sociaux, paraîtra en 2014 (Yale University Press).

DATA : UN MONDE À EXPLORER

Chaque jour, notre usage d'Internet, des réseaux sociaux, de la téléphonie mobile ou des objets connectés entraîne la production de milliards de données : une profusion de data que l'on peut stocker, analyser et exploiter comme jamais auparavant. Nous produisons collectivement un monde de données, complexe, parfois inquiétant et dans lequel nous allons devoir apprendre à nous mouvoir. Ce numéro de SFR PLAYER cerne pour vous les acteurs, les défis et les nouvelles opportunités d'une entité invisible et pourtant si présente dans nos vies quotidiennes. Bienvenue dans la matrice !

Pour les entreprises et les organisations, mais aussi pour le consommateur citoyen, le partage et l'exploration des données impliquent des changements dont nous commençons tout juste à mesurer l'impact.
Sur le plan économique, tout d'abord. Ce déluge de données plus ou moins structurées appelé big data ouvre d'immenses perspectives pour toutes les activités liées à leur traitement et à leur valorisation. Des opportunités qui invitent de nouveaux acteurs aux profils innovants.
Le mouvement de l'open data, c'est-à-dire l'ouverture et le partage des données produites par les organisations, est déjà en train d'offrir de nouvelles pistes d'évolution au le secteur public. En mettant à disposition leurs data, l'État et les territoires ont l'occasion d'instaurer des rapports inédits avec les administrés et peut-être de redéfinir le sens même de leur action.
La recherche scientifique pourra, elle aussi, profiter de l'exploration à grande échelle de ce nouveau monde de données. Les promesses sont là, mais une data-science n'a-t-elle que des vertus ? Quant à nous, internautes et êtres humains, comment allons-nous, à l'aune de situations et de tentations inédites, (ré)envisager le partage de nos données personnelles ?
Observées au microscope de nos usages privés ou au télescope des milliards de flux qu'elles génèrent chaque jour, les données apparaissent comme un matériau brut qu'il nous reste à façonner, une extraordinaire force à dompter et à canaliser. L'équipe de SFR PLAYER s'est immergée dans des laboratoires, start-up, datacenters et même dans des archives de cinéma et des portfolios d'artistes pour dégager quelques pistes d'avenir. Le tout sous forme d'interviews, de reportages… et de données ! ■

« LES DONNÉES APPARAISSENT COMME UN MATÉRIAU BRUT QU'IL NOUS RESTE À FAÇONNER. »

DONNÉES À VALEUR AJOUTÉE

Autour de l'exploration des données naissent des opportunités inédites et des acteurs d'un nouveau type : ceux qui savent donner sens et valeur aux data brutes, les transformant en produits et services marchands inédits.

« UN NOUVEAU MARCHÉ MONDIAL DE 23,8 MILLIARDS DE DOLLARS D'ICI 2016 »

À l'ère de l'Atawad (*anytime, anywhere, any device*), le numérique entraîne chaque jour la production d'un volume considérable de données : les données de navigation et de connexion des utilisateurs, les informations de géolocalisation des mobiles, des tablettes et des objets connectés, ainsi que toutes les données générées en temps réel par les internautes eux-mêmes sur les médias sociaux. L'exploitation de ces flux colossaux de données, le big data, a donné naissance à des technologies et services spécifiques : un nouveau marché mondial qui devrait atteindre 23,8 milliards de dollars d'ici 2016, soit une hausse de 31,7 % par an en moyenne d'après le cabinet IDC. « Rendues anonymes, ces données peuvent produire des renseignement très nouveaux », explique Frédéric Tardy, responsable de l'Atelier BNP Paribas aux États-Unis. « Ainsi, la start-up Bundle s'appuie sur les données de la plus grande banque américaine pour calculer les paiements effectués magasin par magasin, ville par ville. Elle permet de se rendre compte, par exemple, du prix moyen réellement payé dans les restaurants de son quartier… Longtemps dépassés, les éditeurs de systèmes de gestion de base de données proposent depuis quelques années des logiciels de plus en plus efficaces : le big data promet un saut qualitatif aussi important que les bases relationnelles dans les années 1990. »

Stimulées par ces perspectives économiques, les start-up cherchent à tirer profit du big data grâce à des business models innovants. Dans la Silicon Valley, c'est le cas de Placecast, une société créée par la française Anne Bezançon, qui s'est spécialisée dans des campagnes de marketing mobile, ultra ciblées et géolocalisées. Aux États-Unis et au Royaume-Uni, l'application Walkonomics donne des informations sur la « marchabilité » des rues grâce à un score envoyé par les utilisateurs. Et en France ? Les acteurs commencent à se positionner sur le marché, comme par exemple Qunb, un service de visualisation de données chiffrées de tout type, lauréat du concours de start-up de l'événement LeWeb 2012.

L'utilisation du big data représente aussi un véritable enjeu de compétitivité et de productivité pour les entreprises. D'après le cabinet de conseil McKinsey, un distributeur se servant du big data de manière optimale serait susceptible d'augmenter sa marge d'exploitation de plus de 60 %. Encore faut-il comprendre ces données. « Ces contenus contiennent énormément de valeur, mais il est très difficile de la capter avec les techniques classiques de traitement de l'information », explique Maxence Bernard, fondateur de ioSquare, qui a développé un algorithme intelligent pour organiser l'information en temps réel. Grâce aux progrès techniques récents, de nouvelles offres se sont ainsi créées pour aider les entreprises à mieux exploiter le big data : le recueil, l'analyse et la visualisation de données, l'édition de données sur mesure…

Ces données ne sont pas seulement produites : elles peuvent aussi être croisées. Mises en réseau grâce aux API (interfaces de programmation)

(SUPER) MARCHÉ DE DONNÉES

En analysant toutes les données clients issues de son programme de fidélité, géré par sa filiale Dunnhumby, et en les croisant avec d'autres données telles que les prévisions météorologiques, le géant de la distribution Tesco peut prédire le comportement d'achat de ses 16 millions de clients. Résultat : chaque supermarché peut par exemple mettre en avant certains produits et en retirer d'autres, offrant au consommateur une expérience d'achat quasi sur mesure.

ouvertes ou semi-ouvertes, elles se démultiplient et entraînent la création d'autres données. Là encore, ce sont de nouveaux business models à inventer, à partir des données du Web ou des données publiques. « Ce n'est pas du tout un jeu à somme nulle. Si vous associez un jeu de données à un autre, ce n'est pas 1 + 1 = 2, c'est 1 + 1 = toutes les applications que l'on peut imaginer, et qui vont arriver à s'interconnecter », s'enthousiasme Margaux Pelen, cofondatrice de Home'n'go, une start-up qui utilise les données de data.gouv.fr, la plateforme publique gérée par Etalab. D'autres start-up commencent à exploiter les données issues de l'open data, tel Handimap qui a créé avec la ville de Rennes une application pour optimiser la mobilité des personnes en situation de handicap.
Pourtant, la plupart des entreprises et des collectivités ne mesurent pas encore les potentiels de la donnée, ni de leurs propres données. « Elles sont tout juste en train de prendre conscience du fait que leurs données ont de la valeur », considère François Bancilhon, CEO de la société Data Publica. D'après l'étude IDC, on estime que 80 % du big data a un caractère géographique. Aux nouveaux acteurs des data d'accompagner cette révolution économique.

SFR PLAYER A INTERVIEWÉ TROIS JEUNES ACTEURS DES DATA, AFIN DE CERNER CONCRÈTEMENT LEURS NOUVELLES ACTIVITÉS.

FRANÇOIS BANCILHON, COFONDATEUR DE DATA PUBLICA

À partir de données existantes, données publiques ouvertes et données payantes provenant d'éditeurs publics ou privés, Data Publica développe et édite des jeux de données.

RETROUVEZ L'INTERVIEW DE FRANÇOIS BANCILHON SUR SFRPLAYER.COM

•Quel genre de données éditez-vous, et pour qui ?
Nous avons par exemple produit le jeu de données des annonces d'appels d'offres publics français, soit 1 200 annonces par jour issues de 8 000 sources ! Nous avons fait le travail d'identification des sources, d'extraction des données, de structuration des données, de déduplication et de livraison au client. Notre client fait de l'intermédiation entre les organismes publics qui publient ces appels d'offres et les entreprises qui y répondent.
Nous n'avons pas de clients spécialisés dans un secteur et nous répondons à une demande très diverse. Il y a quatre moyens de décrire le monde : par les lieux (longitude et latitude), les personnes (numéro de sécurité sociale), les organisations (numéro INSEE) et les objets (code-barres). Nous nous focalisons sur les organisations, les objets et les lieux, car nous voyons aussi se structurer chez les clients et les prospects ce triple intérêt.

•Comment envisagez-vous l'avenir du marché de la donnée ?
Le marché de la donnée est encore en train de se structurer. Notre métier, produire de la donnée, n'existait pas il y a un an ou deux. La taille de ce marché va être gigantesque : une croissance à deux ou trois chiffres pendant les cinq ans à venir.
data-publica.com

JEAN-THOMAS ROUZIN, COFONDATEUR DE WEB GEO SERVICES (WGS)

WGS édite des applications cartographiques web principalement destinées aux collectivités, notamment à partir de données fournies par SFR.

•Quel type d'études réalisez-vous ? Pour quels acteurs ?
WGS réalise des rapports et des cartes interactives sur les déplacements de populations. Ces outils sont, par exemple, utilisés par les collectivités locales pour dimensionner l'offre de transport lors d'un événement particulier. Concrètement, les données de positionnement des mobiles sont collectées et anonymisées par SFR puis visualisées sur des cartes interactives via la plateforme en ligne de WGS. L'association des données SFR et de l'outil développé par WGS permet d'obtenir des résultats plus précis qu'avec la méthode statistique classique. La base clients SFR présente, en outre, l'avantage d'être représentative de la population française.

•Quelles sont les perspectives de développement de votre activité à court et moyen terme ?
Forts de la validation scientifique de notre méthodologie en 2012, nous lançons cette année WGS Portal Analytics, en partenariat avec SFR. Cette solution en mode Saas (*software as a service*) permet l'exploration de rapports et de cartes sur les densités de population au cours du temps. À moyen terme, ce service s'enrichira de nouveaux indicateurs et de fonctions avancées d'analyse de flux.
webgeoservices.com

MARGAUX PELEN, COFONDATRICE DE HOME'N'GO

Home'n'go est un service web d'aide à la recherche immobilière qui fonctionne en explorant des données publiques et certaines données privées gratuites.

•Comment marche Home'n'go ?
Notre service repose sur l'exploitation de données, plus précisément l'information issue de l'open data de data.gouv.fr. Sur Home'n'go, vous trouverez toutes les annonces immobilières disponibles sur le marché, et des informations qui contextualisent chaque annonce : par exemple, si le prix est élevé par rapport au marché, s'il y a des commerces à proximité, s'il y a des écoles…
Le business model repose d'un côté sur les utilisateurs finaux qui ne payent pas le service, et de l'autre côté sur les clients, des annonceurs qui veulent toucher cette cible. Nous cherchons les partenariats *win-win* entre les deux et nous touchons une commission sur les transactions.

•Quelles difficultés avez-vous rencontrées dans le recueil des données ?
Il y a plein de données que nous voulions intégrer de manière gratuite et pour lesquelles cela n'a pas été possible. Par exemple, les boulangeries ouvertes le dimanche : c'est un fichier qui vaut aujourd'hui 2 000 euros, uniquement pour les boulangeries de Paris ! ■
homengo.com

SERVICE PUBLIC 3.0 ?

L'essor de l'open data en France et ses promesses remettent en question la notion de service public telle que nous pouvons l'entendre aujourd'hui. Comment celle-ci peut-elle être réinventée dans sa mise en pratique ? Tour d'horizon des avancées et des changements à venir.

Convaincus du bien-fondé et de l'utilité de l'open data, l'État et les collectivités ont ouvert de grands chantiers de libération des données publiques : Etalab, Rennes Métropole en accès libre ou ParisData. En jouant la carte de la transparence, ces initiatives créent un nouveau lien entre les administrations et les usagers : « Notre pays de castes, de statuts, de défiance doit apprendre à faire confiance aux citoyens », commente Romain Lacombe, chargé de l'innovation et du développement au sein d'Etalab. Il y a également un enjeu de modernisation de l'action publique en interne : la mise en place des plateformes open data engendre une dynamique positive pour les acteurs publics. Comme le raconte Jean-Marie Bourgogne, directeur du programme Montpellier territoire numérique, « les services collaborent mieux entre eux grâce à l'open data. Ce mouvement d'ouverture commence à décloisonner les silos des métiers et à faire disparaître quelques barrières. »

Nous sommes pourtant encore loin, en France, de la vision théorique de l'open data, où le concept même d'action publique se voit reconfiguré via la notion de gouvernance « plateforme ». Une métaphore technologique popularisée par Tim O'Reilly, l'inventeur du concept de « Web 2.0 » : le gouvernement est conçu comme un ensemble de données et de services mis à disposition de tous, ce qui favorise en retour la création de valeur collective et l'innovation ouverte. En termes d'actions concrètes, l'open data français s'est avant tout traduit par une mise à disposition des données. Pour Simon Chignard, auteur de *L'Open Data, comprendre l'ouverture des données publiques* (éditions Fyp, 2012), il manque encore à ce modèle la dernière partie de la boucle de rétroaction : ce moment où les administrés font, à partir des données, un feedback réinjecté directement dans les politiques publiques.

Le service public tel qu'on l'entend traditionnellement est aussi remis en question lorsqu'il s'agit de définir les modes de collaboration entre les acteurs publics et les entreprises privées qui réutilisent leurs données. « On a du mal à faire le lien entre de vraies opportunités business et une approche d'intérêt général. Il n'y a pas de modèle économique de l'open data en France », explique Simon Chignard. Jusqu'à présent en effet, ce sont principalement des concours organisés par les collectivités qui ont encouragé la création d'applications mobiles basées sur l'open data. Ne bénéficiant pas d'un financement public, ces dernières peinent à trouver un business model – alors même que des *civic start-up* se développent à l'étranger, et notamment aux États-Unis. Comment favoriser un tel développement en France ? Jean-Marie Bourgogne parie sur « un modèle économique mixte, à mi-chemin entre la vente de prestations commerciales classiques et des financements publics sous forme de subventions ».

« LES SERVICES COLLABORENT MIEUX ENTRE EUX GRÂCE À L'OPEN DATA. »

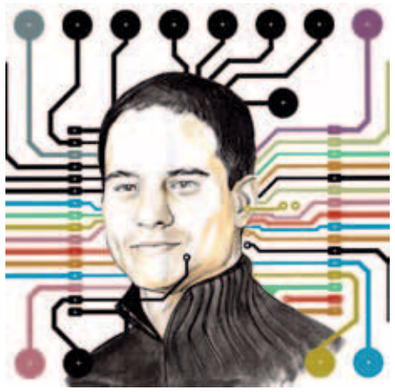
Si la volonté politique peut permettre un changement de paradigme dans les années à venir, c'est aussi aux administrés d'encourager l'avènement d'un nouveau service public à l'heure de l'open data. Tout un travail de pédagogie doit être fait en ce sens.

INTERVIEWS TRÈS OPEN

COMMENT L'OPEN DATA CHANGE-T-IL L'ACTION PUBLIQUE, AUJOURD'HUI ET DEMAIN ? SFR PLAYER A INTERROGÉ DES ACTEURS REPRÉSENTATIFS DE TROIS POINTS DE VUE DIFFÉRENTS : CELUI DE L'ÉTAT, CELUI DES COLLECTIVITÉS LOCALES ET CELUI DES START-UP.

« L'OPEN DATA EST UN ENJEU DE MODERNISATION DE L'ACTION PUBLIQUE. »

Romain Lacombe, chargé de l'innovation et du développement, Etalab



Etalab a été créée en février 2011 pour permettre l'ouverture des données publiques et coordonner le travail des administrations pour faciliter leur réutilisation. La mission développe data.gouv.fr, la plateforme française d'ouverture des données, et dirige la politique d'open data du gouvernement.

•En quoi l'open data donne-t-il un souffle nouveau à l'action publique ?

C'est un enjeu essentiel pour la démocratie au XXIe siècle : il a trait à la fois à la modernisation de l'action publique, à la souveraineté numérique et à la compétitivité de nos industries. L'ouverture des données publiques permet aussi de rendre l'action publique plus ouverte, plus lisible et plus transparente, et de renouer un lien de confiance entre État et citoyens.

•Quels sont vos principaux chantiers en 2013 ?

D'une part, nous construisons l'offre de données, en poursuivant leur mise à disposition dans des formats réutilisables. D'autre part, nous encourageons la demande avec le programme Dataconnexions. Cette plateforme en ligne dédiée vise à mettre en relation les start-up prometteuses avec des acteurs de l'innovation qui accompagnent leur croissance dans la durée. Cette innovation institutionnelle encourage le développement pérenne de la réutilisation des données. La France se situe dans ce domaine aux tout premiers rangs mondiaux.

« UNE ÉCONOMIE MIXTE, ENTRE LA VENTE ET LE SERVICE PUBLIC. »

Jean-Marie Bourgogne, directeur du programme Montpellier territoire numérique

Jean-Marie Bourgogne est le « monsieur open data » de Montpellier. Il est également responsable du collectif Open data France.

•À quelles conditions l'open data peut-il aider les collectivités à développer de nouveaux services pour les administrés ?

Pour le moment, ce n'est pas encore le cas. Mais le retour des utilisateurs est important : nos jeux de données sont parfois incomplets, et parmi les personnes qui les utilisent, certains nous signalent que des données manquent, voire que l'on peut les retrouver dans d'autres bases. Dans une future application, nous allons mettre en place une fonction qui permettra aux gens de dire sur le terrain, par exemple : « Je constate que cet endroit est accessible en fauteuil roulant. » Une sorte de *crowdsourcing* que les services pourront absorber dans leur base de données.

•Quels seraient, d'après vous, les modèles à instaurer concernant les modes de collaboration entre acteurs publics et entreprises privées ?

Quand un porteur de projet fait une application pour Montpellier, il a comme seul potentiel de revenus les subventions de la ville, du département et de la région. Tous les dispositifs d'animation doivent être mutualisés au niveau national pour qu'un porteur de projet puisse se dire : mon projet concerne soixante millions d'habitants. Il faut donc que l'on se coordonne en France, voire en Europe. De plus, il n'y a pas de business model dans le service public. Le sujet est nouveau. On ne peut pas garantir un modèle économique purement basé sur du commerce : les services d'intérêt public doivent reposer sur une économie mixte, entre la vente de prestations, de logiciels et de licences, et le service public.

« LES VILLES CHERCHENT ENCORE UN BUSINESS MODEL. »

Bertrand Gervais, fondateur de Handimap

Grâce aux données ouvertes de Rennes et de Montpellier, Handimap fournit des informations géolocalisées et permet de calculer des trajets accessibles pour les personnes à mobilité réduite.

•Handimap a-t-il un business model ou est-ce un service à but non lucratif ?

Nous avons pu réaliser ce projet grâce aux initiatives open data que les villes

commencent à mettre en place, mais l'initiative porte uniquement sur la mise en ligne de données, pas sur le financement d'éventuelles applications utilisant ces données. Il y a des concours pour encourager le développement d'applications, mais une fois que les applications sont créées, les villes ne savent pas vraiment comment les faire perdurer. Elles comptent sur chacune d'entre elles pour trouver un business model.

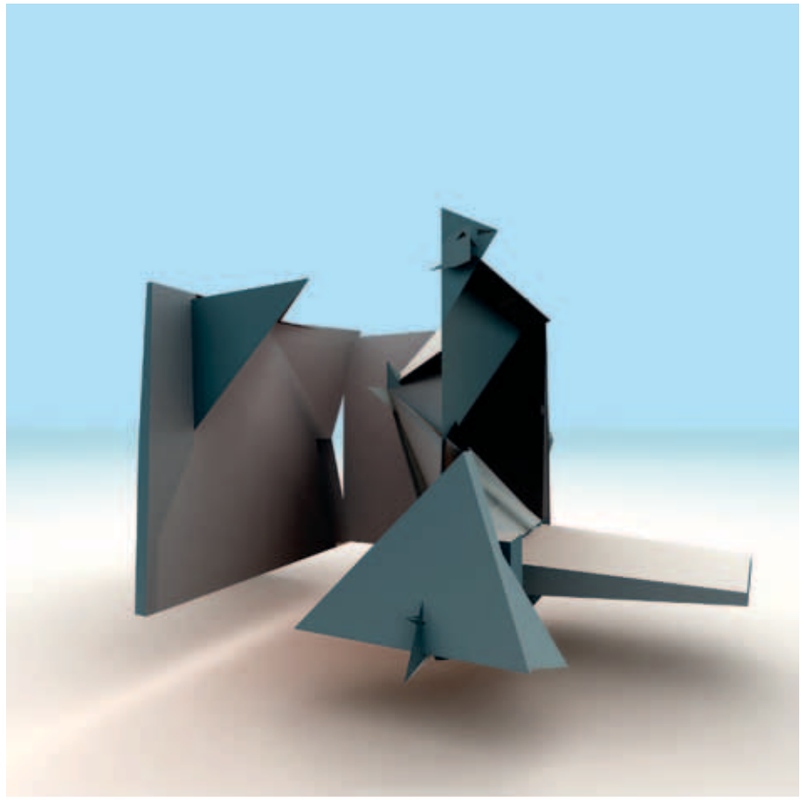
•Comment développer ce service dans d'autres villes de France ?

Aujourd'hui, les données géographiques produites par chaque ville ne sont pas du tout standardisées : il y a parfois des données très simples à traiter, et d'autres qui nécessitent plusieurs mois de travail. Nous sommes en relation avec les services de communication des villes, mais nous pensons que la volonté viendra des politiques, notamment à travers le travail d'influence fait par les associations de personnes à mobilité réduite. ■

DATART

Artistes et créatifs 3.0 s'emparent des données pour nous offrir une autre vue sur le monde, tout en beauté.

Face à l'abondance des données, la datavisualisation a inventé un *storytelling* éducatif et ludique pour faciliter leur compréhension et/ou leur donner de la valeur. Ce langage visuel interactif n'est pas l'outil des seuls analystes, journalistes ou chercheurs. Les artistes aussi s'emparent de ce matériau inépuisable et détournent les data. Leurs œuvres, hybrides d'un genre nouveau, interrogent, subliment et humanisent ce monde chiffré « invisible » où se lit notre identité collective. « *Information is beautiful* », proclame David McCandless, pape de la datavisualisation. Sélection.



Spam Architecture – Alex Dragulescu (Roumanie)
Non sans éco-ironie, cet artiste visuel recycle nos détritus digitaux, ces *object data* inutiles et agaçantes, phishing, virus ou spams. Il les transforme, via un programme qui en analyse l'architecture (motifs et mots-clés), en sculptures 2D à la beauté abstraite.
sq.ro

— DATA : UN MONDE À EXPLORER —

Changing Weather –
Nathalie Miebach (États-Unis)
À partir d'observations astronomiques, écologiques ou météorologiques, synthétisées parfois sous forme de partitions musicales, l'artiste tisse de fascinantes sculptures organiques et invente une approche créative, émotionnelle, des données scientifiques.
nathaliemiebach.com

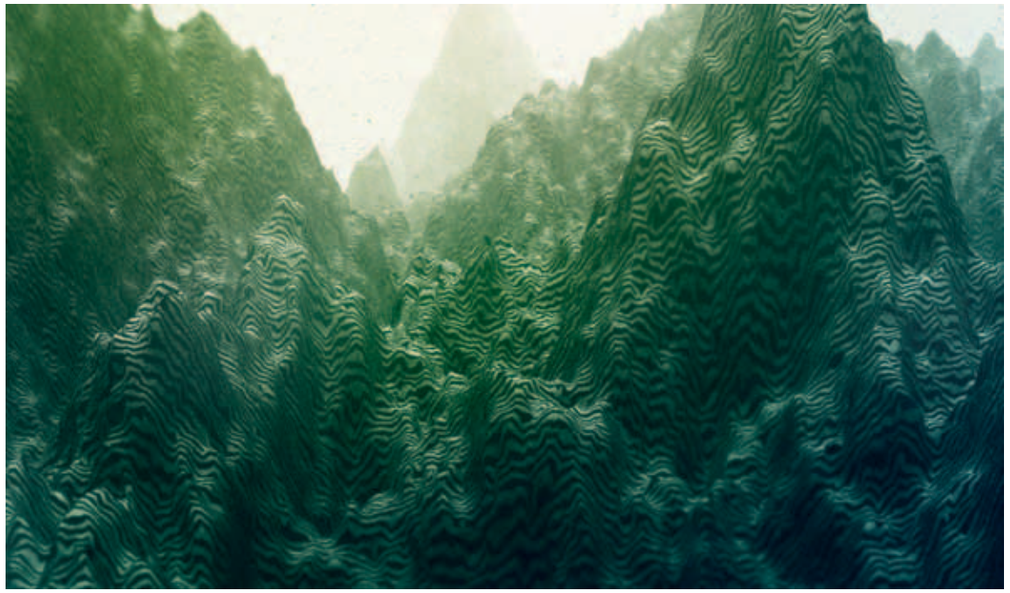
« LES DONNÉES SONT UN MATÉRIAU VIVANT, PLASTIQUE. »
Sylvie Ungauer, artiste, vit et travaille à Brest. Elle est l'auteur de Data Horizon.

À la station Porte de Plouzané du tramway de Brest, un totem interactif coloré affiche en direct l'activité de la station à partir de données Internet (qualité de l'air, trafic, flux) : une exploration ludique des liens entre l'individu et son lieu de vie, qui égaie l'attente du voyageur. Nous avons posé quelques questions à son auteur, Sylvie Ungauer.

•Comment définiriez-vous Data Horizon ?
Cette œuvre consiste en une utilisation des données qui permet de générer une composition visuelle, de manière aléatoire mais située dans un contexte particulier, en l'occurrence environnemental.

•Pourquoi, en tant qu'artiste, avoir utilisé les données comme matériau créatif ?
Je pense que les artistes sont intéressés par le monde qui les entoure et qu'ils s'approprient tout ce qu'ils trouvent pour créer, que ce soit de la terre ramassée au bord de la route ou des données statistiques. Il est vrai que j'aime mixer, et même confronter des matériaux « pauvres », de vieilles techniques, avec de la matière produite par l'air du temps. Pour moi, ce matériau que constituent les données est vivant. Il se modifie sous nos yeux, en permanence. C'est une matière très plastique. L'utiliser fait se rapprocher mon travail du spectacle vivant.

•Votre œuvre possède également une dimension interactive…
Ce qui m'intéresse, ce sont les rapprochements, les évocations, les interprétations que la visualisation de données peut susciter chez le « regardeur », ici l'usager du tramway. Ce sont toutes les impressions, les combinaisons, les rêves, bref l'effet poétique que cette association de couleurs et d'informations va produire sur lui. De plus, en se déplaçant, il peut modifier l'image qui s'affiche. L'image se partage et lui appartient à la fois. ■
datahorizon.fr



Rauschen – Andreas Nicolas Fischer (Allemagne)
Générés à partir de différents logiciels de programmation, les installations et dessins de ce Berlinois donnent corps – codé, mouvant – aux data et processus digitaux avec une poésie minimaliste, à l'image de ce tableau vidéo au paysage minéral, liquide, hypnotique.
anf.nu/rauschen

The Human Face of Big Data – Rick Smolan (États-Unis)
The Human Face of Big Data est l'un des projets les plus ambitieux jamais conçus pour appréhender l'impact sociétal du big data et lui donner une dimension humaine. L'aboutissement de ce projet est l'édition d'un ouvrage qui présente les photographies de Rick Smolan. Ces images montrent l'empreinte dans le monde physique de nos usages au quotidien du big data. Elles sont accompagnées d'infographies qui ont été élaborées à partir de données récoltées auprès d'internautes.
thehumanfaceofbigdata.com

NOUVELLES **DONNÉES**, NOUVEAUX **MÉTIERS** ?

Selon une estimation du cabinet Gartner, le marché des data va créer quatre millions d'emplois d'ici 2015. Data-ingénieurs, développeurs éditoriaux,* data openers *: de nouvelles fonctions voient le jour, hybridant nos bons vieux métiers avec une dose de statistiques et d'informatique. Repérage dans une start-up, une rédaction média et une collectivité.

DATA-JOURNALISTES

LES JOURNALISTES « AUGMENTÉS » DES SALLES DE RÉDACTION

Alexandre Léchenet est l'un des rares data-journalistes français. Employé par *Le Monde*, ce journaliste d'un genre particulier estime que l'explosion du nombre de données disponibles publiquement et les nouveaux outils qui permettent de les exploiter « changent la façon dont le journaliste recueille, analyse et partage l'information ». Parmi les compétences requises, le métier exige de connaître « des méthodes comme le *scraping* (extraction de données via un script), le traitement de grands nombres d'informations et les outils de visualisation ». Pour Nicolas Kayser-Bril, data-journaliste et fondateur de Journalism++, start-up qui accompagne les rédactions vers le Web des données, « ceux qui maîtrisent ces compétences correspondent à de nouveaux profils dans les salles de rédaction : des data-journalistes, donc, ou même des développeurs éditoriaux comme en embauchent le *Zeit* ou le *New York Times*. Ces programmeurs participent réellement aux réunions éditoriales et ne sont pas mis à l'écart comme c'était le cas jusqu'à récemment. » Autrefois snobés, ces profils aptes à gérer les data semblent modifier en profondeur la structure des rédactions.

DATA OPENERS

DES COMPÉTENCES NOUVELLES DANS LES ADMINISTRATIONS

« Historiquement, ce sont les géographes qui gèrent les data publiques », explique Philippe Vial, directeur des systèmes d'information de la communauté d'agglomération du Grand Lyon. Mais, aujourd'hui, avec la multiplication de la production de données et leur mise à disposition, l'enjeu principal va être la corrélation de données de provenance et de nature très diverses. Les collectivités qui cherchent à produire des résultats pertinents, à exploiter particulièrement dans le cadre de partenariats avec des entreprises pour créer de nouveaux services, sont de plus en plus à la recherche de « profils métiers très spécialisés, ayant à la fois une connaissance pointue des enjeux spécifiques dans leur domaine – urbanisme, mobilité urbaine ou énergie –, et la capacité à utiliser des outils informatiques dans le traitement des données produites », précise Philippe Vial. La maîtrise et la capacité à rendre exploitables les différents types de données publiques viennent donc enrichir la boîte à outils des corps de métiers des agglomérations.

DATA-INGÉNIEURS

DES INGÉNIEURS SPÉCIALISTES DES DONNÉES DANS LES START-UP

Vainqueur du concours de start-up organisé par l'événement LeWeb 2012, Qunb est une jeune pousse qui a le vent en poupe. L'équipe de treize personnes derrière cette plateforme d'agrégation de données profite de « la hype du big data », selon les mots de son fondateur, Cyrille Vincey. Pour tenter de devenir « le YouTube des données », des ingénieurs en informatique travaillent d'arrache-pied. Cyrille Vincey distingue deux profils recherchés par les entreprises qui se préoccupent de data : les *data scientists* et les *data minders*. Les premiers sont ingénieurs en informatique et « connaissent les technologies permettant de stocker et de récupérer des données ». Quant aux seconds, ils croisent les données pour leur donner du sens, ce sont des « statisticiens spécialisés en marketing ». Ces ingénieurs, capables de corréler de gros volumes de données, sont de plus en plus recherchés, notamment dans le domaine du e-commerce. ■

NÉO-SCIENCES

De plus en plus automatisées, la collecte et l'analyse du big data ouvrent des perspectives sans précédent pour la recherche scientifique : prédire des événements, prévenir des épidémies ou bien encore faire émerger des tendances comportementales à l'échelle d'une population… sans tomber pour autant dans la tentation d'une « science sans théorie ».

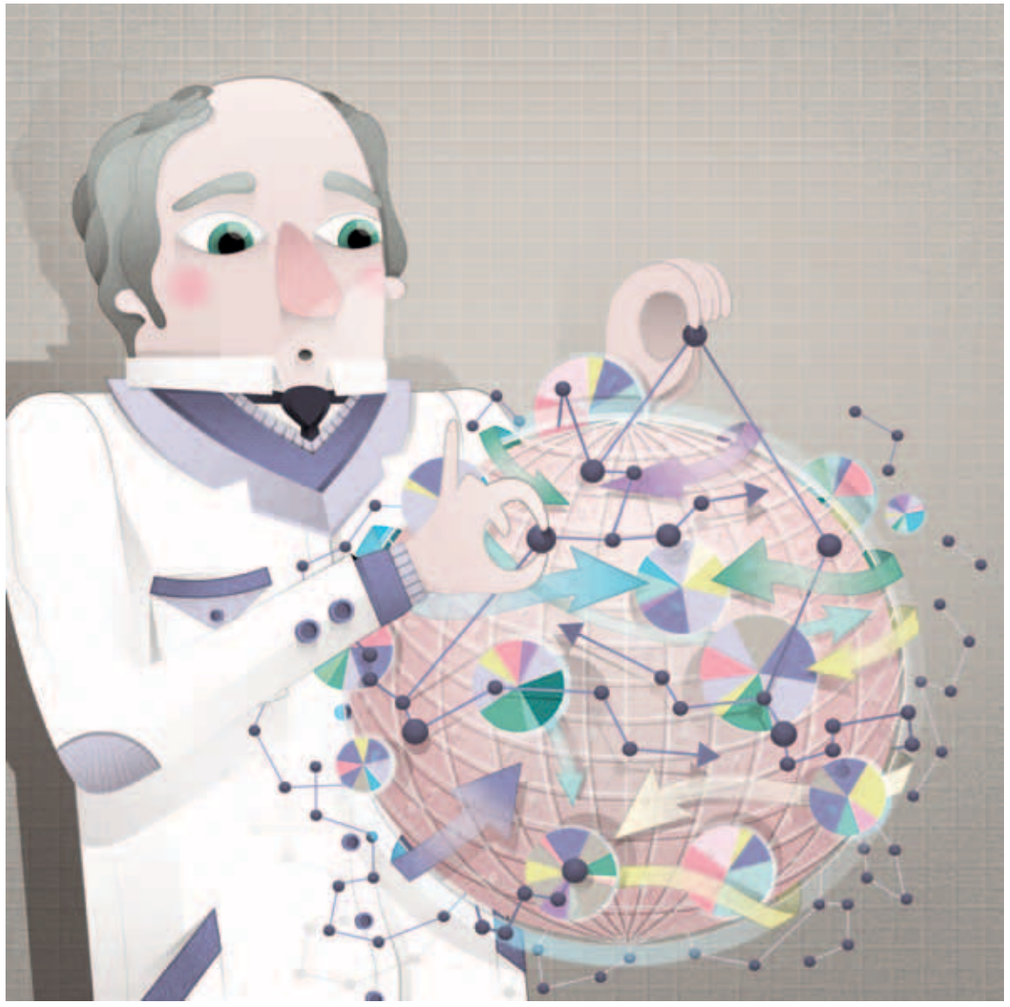
Si l'astronomie et la génomique, qui traitent de grandes masses de données, sont souvent citées lorsqu'il s'agit d'imaginer les champs d'application scientifiques du big data, de nombreux domaines de la recherche sont en fait concernés. Les données issues des machines, des capteurs et surtout de toutes nos traces et productions numériques peuvent aider les scientifiques à mieux comprendre notre environnement ou encore l'humain, ses comportements et ses motivations.

Croisant des disciplines traditionnelles, de nouveaux champs de recherche se développent, comme par exemple la visualisation analytique. Le programme VisMaster de l'institut de recherche Inria « combine gestion des données, analyse et visualisation interactive » et raccourcit le temps de traitement et d'analyse de masses de données dynamiques et très hétérogènes. Dans le cas d'une intoxication alimentaire ayant touché une région, VisMaster permet de tester des corrélations en temps réel, en croisant par exemple la répartition géographique des personnes intoxiquées avec la liste des marchandises récemment acquises par les supermarchés les plus proches. De quoi valider plus rapidement des hypothèses, optimiser l'aide à la décision, mais aussi favoriser des découvertes.

Autre possibilité pour la recherche utilisant le big data, la capacité à créer des outils et des modèles prédictifs. C'est le cas du projet européen Futur ICT, qui cherche à anticiper, à partir de l'observation de systèmes d'information existants, des crises économiques et environnementales.

Néanmoins, plusieurs questions en suspens viennent ternir le tableau d'une recherche boostée par les données. Dans un célèbre éditorial de *Wired*, en 2008, le rédacteur en chef Chris Anderson annonçait la fin de la théorie. A « l'ère des pétaoctets », les données peuvent d'après lui se passer des méthodes scientifiques traditionnelles passant par l'hypothèse, la modélisation et le test. D'aucuns pointent justement le danger d'une science qui évacuerait totalement le rôle essentiel de la théorie : « l'accumulation de données de recherche ne doit pas se substituer à la démarche scientifique et à l'élaboration de théories capables d'expliquer les mécanismes observés », rappelle Thomas Gauthier, président de l'Alambic, un think thank spécialisé dans les questions de recherche et d'innovation.

Un tel débat se retrouve également dans le milieu des sciences sociales. Comme pour les sciences dures, les techniques de collecte automatisée de données



peuvent s'avérer très utiles. De même, l'analyse des millions de contenus issus des réseaux sociaux est susceptible d'en dire plus long sur la nature de la structure sociale qu'une enquête interrogeant mille personnes. « Il y a un enthousiasme à l'égard de la collecte automatique, mais ces méthodes ne sont pas nécessairement adaptées à toutes les études », tempère Antonio Casilli, chercheur en sociologie. Des enjeux épistémologiques, mais aussi des écueils potentiels sont également évoqués. Étudier les contenus produits sur Twitter, souligne Danah Boyd dans son article « Six Provocations for Big Data », implique de se limiter techniquement à la collecte de deux années de données. Et donc de se concentrer sur les corrélations avec un passé immédiat sans prendre en compte un contexte historique plus vaste.

« PLUSIEURS QUESTIONS VIENNENT TERNIR LE TABLEAU D'UNE RECHERCHE BOOSTÉE PAR LES DONNÉES. »

CHERCHEURS EN DONNÉES

QUE PEUVENT APPORTER LES DONNÉES AUX SCIENTIFIQUES ? SFR PLAYER DONNE LA PAROLE À DEUX CHERCHEURS BIEN AVANCÉS SUR LA QUESTION.

« CRÉER UN NOUVEAU TERRAIN D'ENTENTE ENTRE COMPAGNIES PRIVÉES ET CHERCHEURS. »

Jean-Baptiste Michel, chercheur en biologie et mathématiques à Harvard

Avec Erez Lieberman Aiden, Jean-Baptiste Michel a aidé Google Books à créer Google Ngram. Grâce à l'analyse textuelle de millions de livres, cette application permet d'observer l'évolution de l'emploi des mots à travers les siècles.

•Qu'est-ce que les données – et tout particulièrement le big data – peuvent apporter d'après vous à la recherche scientifique ?
Le big data est en train de créer une révolution scientifique profonde : il nous donne la capacité d'acquérir un flux de données absolument sans précédent, et de volume grandissant, sur les individus. Mais les données sont derrière des murs : ce sont les compagnies privées, comme Facebook, qui ont des richesses incommensurables pour l'avancement de la connaissance de l'humain. Il y a un immense fossé entre ces entreprises et le monde universitaire. Un terrain d'entente bénéficiant aux deux pourrait être trouvé, permettant aux entreprises de respecter les droits et la confidentialité des données, et aux chercheurs d'extraire des informations de très grande valeur pour la connaissance scientifique.

•Sur le projet Google Ngram, quels obstacles avez-vous rencontrés ?
Quand un humain lit un livre, il voit les erreurs. L'ordinateur, lui, ne les comprend pas : comment peut-il savoir que la donnée est mauvaise ? Pour pouvoir extraire de l'information de qualité des livres numérisés par Google, nous avons passé beaucoup de temps à identifier tous les modes de défaillance des données. Par exemple, dans un tiers des livres que nous souhaitions utiliser, la date de publication n'était pas la bonne. Au final, après ce long traitement, nous n'avons utilisé que cinq millions de livres sur l'ensemble de la bibliothèque Google, livres pour lesquels nous étions certains de la fiabilité et de la qualité des données.

« LE BIG DATA OFFRE UNE PERSPECTIVE NOUVELLE AUX SCIENCE SOCIALES. »

Paola Tubaro, chercheuse au CNRS et maître de conférence à l'université de Greenwich à Londres

•Qu'est-ce que le big data peut apporter aux sciences sociales ?
On peut percevoir des choses nouvelles, enregistrer des traces d'activité plus précises que celles que les personnes peuvent déclarer. En ce sens, le big data offre une perspective différente. Ce n'est pas tellement le volume de données qui est intéressant, mais la vision plus relationnelle des activités apportée par ces réseaux : les relations entre les gens quand ils font quelque chose. Quand je suis sur Twitter, cela veut dire que je parle à quelqu'un. Quand je suis sur Facebook, cela veut dire que j'ai des amis, ou au moins des contacts.
En même temps, il faut bien prendre garde à ce que ces outils enregistrent : ce qui est permis par le service lui-même, pas ce qui est perçu par les utilisateurs. Donc il faut bien connaître les conditions et les limitations de la récupération des données pour pouvoir les interpréter correctement, de façon à enrichir l'analyse sans fausser l'interprétation et les résultats.

•Que penser d'une sociologie qui reposerait principalement sur l'exploitation de données ?
À une époque, le rôle des théories en sciences sociales était de compenser le manque de données. Maintenant nous n'avons plus ce problème, mais ça ne veut pas dire qu'il faut évacuer la théorie : au contraire, la théorie change maintenant de fonction, elle nous sert à interpréter ces données.
Il faut de bonnes informations sur la qualité des données, il faut des hypothèses de départ, il faut pouvoir piloter l'analyse de ce big data dans un cadre théorique qui lui donne un sens : c'est un défi pour les sciences sociales. ■

RETROUVEZ L'INTERVIEW DE PAOLA TUBARO SUR SFRPLAYER.COM

QUEL POUVOIR SUR MES DONNÉES ?

Les incitations à dévoiler et à produire des données personnelles sur Internet sont nombreuses : achats en ligne, géolocalisation… À juste titre, nous redoutons leur utilisation à notre insu ou à mauvais escient. Dans un monde où les données s'imposent avec une force toujours plus grande, cette tension affirme la nécessité d'une régulation adaptée, mais aussi de nouveaux rapports entre entreprises et utilisateurs.

« OFFRIR À L'UTILISATEUR UN CADRE DE CONFIANCE ET LA POSSIBILITÉ DE FAIRE DES CHOIX ÉCLAIRÉS. »

L'utilisation d'un service en ligne requiert la plupart du temps un minimum de données en échange : nous acceptons de les donner, parce que ce service nous facilite la vie et personnalise notre expérience, ou parce que, comme sur les réseaux sociaux, le fait de partager des données personnelles participe de notre construction identitaire. Avec la conséquence suivante : « votre fournisseur d'accès, Google ou Facebook en sait probablement plus sur vous que votre mère. Nous sommes publics par défaut », résume Jean-Marc Manach, journaliste d'investigation et auteur.

Ainsi, quand nous les utilisons sur Internet, nos données personnelles ne nous appartiennent plus : elles deviennent transactionnelles. Même si nous sommes en mesure de contrôler ce que nous partageons, nous ignorons ce qui se passe après la transaction. Or des risques existent : croisées ensemble, certaines données peuvent devenir sensibles. La désanonymisation d'une base n'est jamais totalement impossible. Des scandales ont déjà éclaté : pertes ou vols de fichiers contenant des millions de données utilisateurs, *privacy policies* douteuses de certains géants du Web… Souvent les traces que nous laissons en disent long sur nous, mais pour autant, notre entourage, nos habitudes et nos préférences relèvent-elles toujours de la sphère personnelle ? La notion de donnée personnelle revêt des contours très différents d'un utilisateur à l'autre : l'étude menée par le think tank britannique Demos montre ainsi que si 83 % des sondés considèrent leur dossier médical comme une donnée personnelle, ce chiffre passe à 30 % lorsqu'il s'agit des biens et services acquis en ligne. Le corollaire de ces visions variées ? Les usages autour du dévoilement des données en ligne sont eux aussi très diversifiés : si d'aucuns réduisent au maximum le partage de leurs données personnelles, d'autres n'hésitent pas à les livrer en abondance, pour mieux socialiser, optimiser l'utilisation de certaines applications, voire pour obtenir une rétribution, comme un bon de réduction.

Dans tous les cas, c'est à l'internaute d'apprendre à définir des espaces d'intimité pour protéger les données qu'il ne dévoile pas en ligne. Frédéric Tardy, responsable de l'Atelier BNP Paribas américain précise : « Aux États-Unis, où l'Internet est considéré comme lié à la liberté d'expression, chacun choisit sa manière de gérer ses données : soit en les bloquant, soit en les monétisant. À moins qu'une troisième voie ne soit possible avec des sociétés comme Privowny, qui permettent au consommateur de gérer site par site le niveau de données qu'il souhaite partager. »

Alors que l'industrie de la donnée se développe, des questions éthiques se posent. « Il faut remettre l'individu au cœur de la régulation, en lui permettant d'assurer la maîtrise de ses données grâce à des outils simples d'utilisation », affirme Sophie Vulliet-Tavernier, directrice de la prospective à la Commission nationale de l'informatique et des libertés (Cnil). Mais comment assurer la protection de la vie privée tout en laissant se développer les nouveaux modèles économiques basés sur l'utilisation des données personnelles ? « En Europe, où l'Internet est perçu comme un média, on peut imaginer que c'est l'État qui va légiférer », suppose Frédéric Tardy. Des évolutions législatives sont à prévoir, notamment via un projet de règlement européen qui sera discuté en 2013. La solution pourrait également venir des entreprises, qui peuvent offrir à l'utilisateur un cadre de confiance et la possibilité de faire des choix éclairés. Au Royaume-Uni, le programme Midata va très loin engageant les entreprises à augmenter l'accès des consommateurs aux données qui les concernent. Certains *business models* étant plus adaptés que d'autres à ce type d'ouverture. Une chose est sûre, « l'individu, consommateur et citoyen va devoir reprendre le pouvoir sur ses données », conclut Frédéric Tardy.

DATATYPOLOGIES : MES (FUTURES) DONNÉES

QUELS NOUVEAUX COMPORTEMENTS ALLONS-NOUS ADOPTER DANS LES ANNÉES À VENIR ? RÉPONSE AVEC LES TYPOLOGIES CI-DESSOUS, ET LE POINT DE VUE DE DEUX ACTEURS ÉCLAIRÉS CI-CONTRE.

Nous ne faisons pas tous le même usage de nos données personnelles. La preuve avec ces trois portraits fictifs que Fréderic Tardy, responsable de l'Atelier BNP Paribas aux États-Unis, très au fait de ces comportements, commente pour nous.

LE *CONTROL FREAK*

« Je veux avoir à 100 % la maîtrise de mes données. On peut me surveiller sur Internet ? J'installe un réseau privé virtuel et les données sortant de mon ordinateur sont cryptées. Les courriers électroniques de mon compte Gmail sont scannés ? Je chiffre mes emails avec le GNU Privacy Guard. Et sur chaque site que je consulte, l'add-on Privowny installé sur mon navigateur me permet de savoir si j'ai déjà fourni mes données, et également de laisser des alias à la place de mes informations personnelles. »
Frédéric Tardy se projette dans le futur : « Pour éviter l'identification faciale, on pourrait même imaginer des robots qui circuleraient à notre place ! »

LE DATA-MODÉRÉ

« Comme pour beaucoup d'utilisateurs, mon rapport aux données est en fait très variable, dépendant de mes préférences et du contexte. Il y a certaines marques auxquelles j'accepte de transmettre des données car elles me facilitent vraiment la vie. Mais je ne veux pas qu'elles sachent tout de moi. Quand

je rentre dans une boutique, je suis content que l'on me salue par mon prénom, mais je ne veux pas que la marque sache à qui j'ai envoyé le dernier produit acheté. Quand je vais à l'étranger, j'apprécie de recevoir plein de coupons, mais je les considère comme du spam une fois que mes vacances sont terminées. »
Frédéric Tardy analyse : « Ce sera au citoyen consommateur de dire quand il veut que ses données soient communiquées, ou au contraire totalement bloquées. »

LE CHASSEUR DE PRIMES

« Dévoiler toutes mes données personnelles ? Je suis d'accord si j'obtiens quelque chose en retour. Lorsque je suis sur Foursquare et que je me "checke" dans un magasin Gap, je reçois un bon de réduction grâce à ma carte American Express. Grâce aux ShopAlerts de Placecast, une société de *geofencing*, je reçois un coupon personnalisé chaque fois que je vais dans un point de vente où je suis déjà client. »
Pour Frédéric Tardy, « on parlera bientôt de l'open data des individus : des données qu'on choisira d'ouvrir pour se valoriser, avec une récompense financière en retour. »

« FAIRE FACE AU *PRIVACY PARADOX*. »

Sophie Vulliet-Tavernier, directrice des études, de l'innovation et de la prospective, Cnil

•La Cnil a recueilli l'avis de plus de quarante experts du numérique, issus d'horizons variés, autour du thème « Vie privée 2020 ». Quelles transformations majeures émergent de cette enquête, quels futurs enjeux montre-t-elle ?
Premièrement, l'explosion des pratiques sur les réseaux sociaux, cette tendance à l'exposition de soi. Ensuite, l'évolution des business models, avec comme question sous-jacente la monétisation des données personnelles. Enfin, le développement du big data associé à l'utilisation d'algorithmes de prédiction des comportements, dans des domaines parfois sensibles tels que la santé et la sécurité.
Une des questions clés est de savoir si nos modes de régulation ainsi que les règles qui régissent la protection des personnes sont toujours valables aujourd'hui et si elles pourront toujours être appliquées. C'est aussi faire face au *privacy paradox*, qui veut que les individus soient de plus en plus inquiets de la divulgation de leurs données personnelles, mais qu'ils continuent pour autant à les dévoiler.

•Comment penser des régulations adaptées à ce nouveau monde des données ?
La régulation traditionnelle ne suffit plus. Nous ne pouvons plus raisonner avec une approche traditionnelle où nous avions un fichier et un maître de fichier. Aujourd'hui, il faut sans doute associer différents types de régulation. Il s'agit aussi de garantir une transparence dans les conditions d'utilisation de ces données et de développer des outils de régulation plus modernes, par exemple des codes de bonne conduite et des labels. Nous allons vers une évolution certaine des mécanismes de régulation en Europe.

« AVOIR DROIT À SON QUART D'HEURE D'ANONYMAT. »

Jean-Marc Manach, journaliste d'investigation

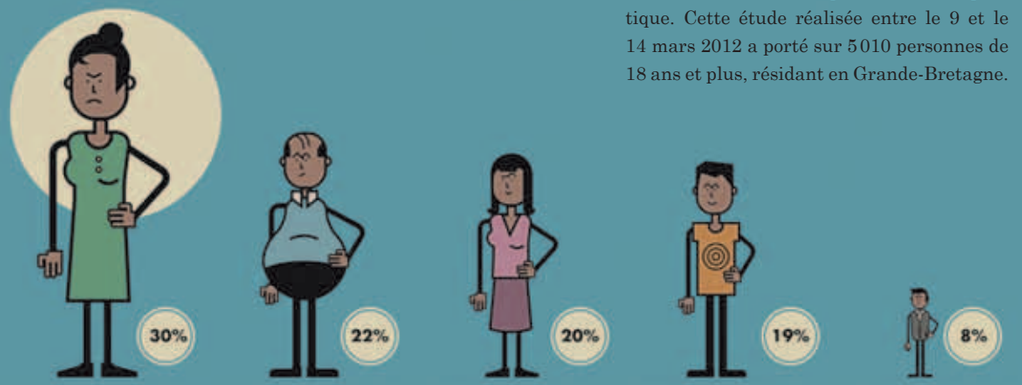
« La notion de vie privée dépend du contrôle. Si vous ne contrôlez pas vos données, elles ne relèvent plus de votre vie privée. Face à cela, il existe déjà des stratégies sociales par lesquelles certains multiplient les identités pour arriver à conserver une vie privée ou utilisent des logiciels de chiffrement. Ces méthodes sont aujourd'hui les plus efficaces : les propositions de lois sont faites par des gens qui ne sont pas des utilisateurs d'Internet. Dès lors, l'autorégulation est pour l'instant la meilleure des régulations. » ■

RETROUVEZ L'INTERVIEW DE JEAN-MARC MANACH SUR SFRPLAYER.COM

DONNÉES SUR NOS DONNÉES

Quel rapport entretenons-nous avec nos données personnelles ? Quel type d'informations sommes-nous prêts à partager ? Extraits, en données, d'une étude récente du think tank Demos.

Demos est un think tank anglais qui s'intéresse aux relations de pouvoir et à la politique. Cette étude réalisée entre le 9 et le 14 mars 2012 a porté sur 5 010 personnes de 18 ans et plus, résidant en Grande-Bretagne.



NON PARTAGEURS

Prudents, ils considèrent leurs données comme personnelles et prennent des mesures pour les garder privées.

SCEPTIQUES

Ils n'ont pas de vue arrêtée, mais se demandent si l'on peut faire confiance aux entreprises privées et publiques.

PRAGMATIQUES

Ils voient des avantages dans l'échange d'infos et préfèrent des services utiles au verrouillage de leurs données.

CHASSEURS DE VALEUR

Ils connaissent la valeur financière de leurs données. Ils savent qu'ils peuvent gagner temps et argent en les partageant.

PARTAGEURS

Ils considèrent grand nombre d'informations comme impersonnelles et sont donc tout disposés à les partager.

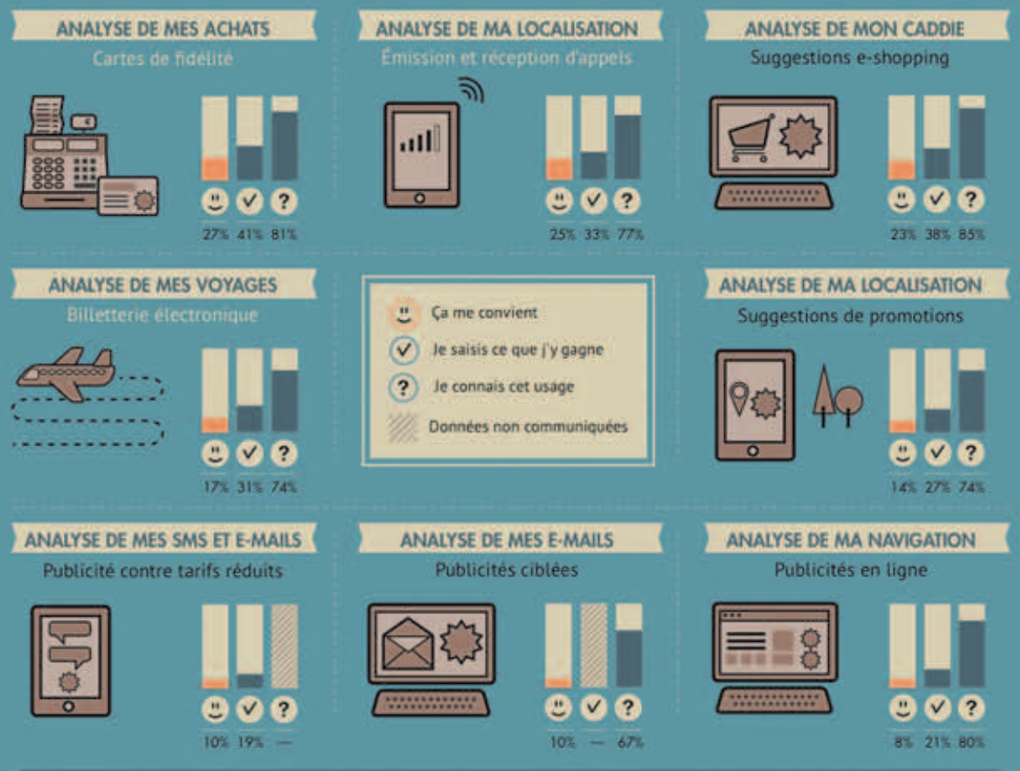
QU'EST-CE QUI VOUS EST LE PLUS PERSONNEL ?

QU'EST-CE QUI VOUS RENDRAIT LES CHOSES PLUS ACCEPTABLES ?

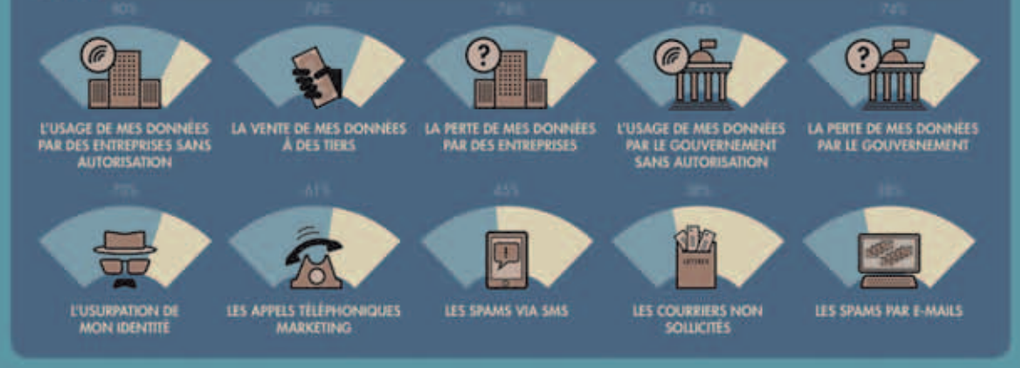
1. LA POSSIBILITÉ DE RETIRER MES DONNÉES.
2. POUVOIR CONSULTER LES RENSEIGNEMENTS ME CONCERNANT.
3. SAVOIR EXACTEMENT QUELLES DONNÉES SONT RECUEILLIES SUR MOI.

ÊTES-VOUS PRÊTS À PARTAGER VOS DONNÉES ?

Sur le Web, dans les magasins ou en téléphonant, nous partageons nos données. Sans forcément le savoir. Que pensez-vous de ces usages ? Êtes-vous à l'aise (« Ça me convient ») ? Comprenez-vous le bénéfice que vous pouvez en tirer (« Je saisis ce que j'y gagne ») ? Et connaissez-vous ces différents modes de collecte de vos informations personnelles (« Je connais cet usage ») ? Voici les réponses.



QU'EST-CE QUI VOUS INQUIÈTE LE PLUS ?


L'USAGE DE MES DONNÉES PAR DES ENTREPRISES SANS AUTORISATION
LA VENTE DE MES DONNÉES À DES TIERS
LA PERTE DE MES DONNÉES PAR DES ENTREPRISES
L'USAGE DE MES DONNÉES PAR LE GOUVERNEMENT SANS AUTORISATION
LA PERTE DE MES DONNÉES PAR LE GOUVERNEMENT
L'USURPATION DE MON IDENTITÉ
LES APPELS TÉLÉPHONIQUES MARKETING
LES SPAMS VIA SMS
LES COURRIERS NON SOLLICITÉS
LES SPAMS PAR E-MAILS

4. OBTENIR DES PROTECTIONS JURIDIQUES.
5. UN TABLEAU DE BORD EN LIGNE POUR CONTRÔLER MES DONNÉES.
6. UNE DÉCLARATION CLAIRE SUR LA FAÇON DONT LES DONNÉES SONT UTILISÉES.
7. UN SYSTÈME D'AMENDES POUR UTILISATION ABUSIVE DES DONNÉES.

Source : The Data Dialogue - Demos - 2012

AVANT-PREMIÈRES

Le cinéma devance la réalité : on appelle cela la science-fiction. Et dans le cas des données, la réalité rattrape souvent la fiction ! De* Minority Report *à* Final Cut, *retour vers le futur des data en cinq œuvres marquantes.

Philippe Nieuwbourg
Analyse

TOTAL RECALL (2012) : NUMÉRISER SA VIE

© 2012 Columbia Pictures Industries, Inc. All rights reserved. All images are property of Sony Pictures Entertainment Inc.

Au cinéma : Dans *Total Recall*, il est possible d'acheter la mémoire d'un milliardaire décadent ou celle d'un agent secret : changer de mémoire changerait votre vie.

Dans la vie : Gordon Bell, chercheur de 78 ans, s'est lancé dans le projet de numériser sa vie quotidienne. Depuis 1999, il transforme ses archives et sa vie quotidienne en une suite de données, conservée sur un serveur. Il a même inventé un appareil photo qu'il porte en permanence autour du cou et qui prend une photo automatiquement à intervalle régulier. Cette digitalisation de la vie pourrait aider demain des personnes ayant perdu la mémoire à se reconnecter avec leur passé pour retrouver leurs souvenirs… Et, à l'avenir, pourrait permettre d'acheter la mémoire visuelle d'un tiers.

THE FINAL CUT (2004) : ENREGISTRER LE FILM DE SA VIE

© Lions Gate Home Entertainment.

Au cinéma : Tout ce que vous voyez sera peut-être bientôt enregistré dans une puce implantée dans votre cerveau. C'est ce qu'imagine *The Final Cut*, qui met en scène les monteurs chargés de la réalisation du film de votre vie après votre décès.

Dans la vie : Aujourd'hui, vous partagez sur les réseaux sociaux les photos et vidéos de votre quotidien. Des caméras comme celles de GoPro, fixées sur votre tête, peuvent enregistrer vos exploits et voir ce que vous avez vu. Demain, avec les lunettes Google, il sera possible non seulement d'enregistrer des milliers d'heures d'images, mais aussi de les diffuser en live à vos amis… Plus fort que le cinéma !

MATRIX (1999) : DES PÉTAOCTETS DE DONNÉES POUR CRÉER DES UNIVERS VIRTUELS

© Warner Bros. Ent. All rights reserved.

Au cinéma : En 1999, les frères Wachowski imaginent un monde où la vie est un immense jeu vidéo d'aspect ultraréaliste, stockant les volumes énormes de données nécessaires à cette réalité virtuelle.

Dans la vie : En 2003, Second Life crée un univers virtuel où des avatars vivent des aventures inouïes. Le rendu réaliste de *Matrix* n'est pas pour aujourd'hui, mais les relations commerciales d'EVE Online, un jeu vidéo de conquête spatiale reposant sur de l'argent réel, proposent une dose de réalisme d'un genre différent et traitent des masses de données financières tout à fait considérables.

BIENVENUE À GATTACA (1997) : LA PEUR DU SÉQUENÇAGE DE L'ADN

© Twentieth Century Fox Film Corporation and Dreamworks LLC.

Au cinéma : Dans un monde futur, on peut choisir le génotype de ses enfants. Au sein de cette société hautement technologique qui pratique l'eugénisme à grande échelle, les gamètes des parents sont triés et sélectionnés afin de concevoir *in vitro* des enfants ayant le moins de défauts et le plus d'avantages possibles.

Dans la vie : La possibilité de déceler les gènes d'une spécificité physique est de plus en plus courante. Dernière nouveauté : en janvier de cette année, l'analyse des distances entre huit points du visage de 100 000 personnes et la mise en corrélation de ces données avec l'ADN ont permis de découvrir cinq gènes liés à l'apparence de notre visage…

MINORITY REPORT (2001) : EMPÊCHER UN CRIME AVANT QU'IL NE SOIT COMMIS

© 1997 Columbia Pictures Industries, Inc. All rights reserved.

Au cinéma : *Minority Report* met en scène l'analyse prédictive, la capacité à prévoir le futur, pour arrêter un criminel avant qu'il ne passe à l'action. En 2011, la série télévisée *Person of Interest* reprend le même thème d'un ordinateur gigantesque capable de prédire qui seront les futures victimes et les futurs coupables de crimes.

Dans la vie : Des sociétés comme IBM ou SAS stockent du big data pour leurs clients et les aident à prédire demain à travers la discipline de l'analyse prédictive : la météo, l'économie, mais aussi les crimes ou les tentatives de fraude bancaire sont prédits (dans une certaine mesure !) par des modèles statistiques. ■

DATASPÉCIALISTES

Par où passent les milliards de données du premier réseau alternatif de France ? Et qui sont les personnes qui y travaillent ? SFR PLAYER est allé dans plusieurs datacenters de SFR, à la rencontre de ceux qui mettent tout en œuvre pour que l'information soit accessible, partout et tout le temps, au bout de vos écrans.

CAPITAINE NEMO

Les baies autour d'Andras Kienitz contiennent de nombreux programmes qui le concernent directement. Ce responsable d'ingénierie de plateformes de services à valeur ajoutée chez SFR explique : « Ici, vous trouverez par exemple Nemo (pour *network event monitoring*), un service qui récupère et interprète des données relatives à l'état des téléphones dans le réseau mobile. Ces données anonymes et traitées en masse sont mises à disposition d'entreprises ou de collectivités sous forme d'études et d'informations statistiques. Ce peut être, par exemple, une régie de transport qui souhaiterait mieux connaître les flux de ses clients ». « Nemo correspond à une attente de nos services marketing. C'est aussi une très belle matérialisation du concept de big data dont les utilisations semblent sans fin… En respectant bien sûr l'anonymat de nos clients. »

— DATA : UN MONDE À EXPLORER —

MISTER COOL

Dans le datacenter où nous nous trouvons, l'indicateur d'efficience énergétique affiche 1,37 à pleine charge. Un chiffre qui rend heureux Arnaud de Moissac : « Pour 1000 W utilisés par les serveurs, nous utilisons 370 W pour les éclairer, les surveiller et surtout les refroidir. C'est l'un des meilleurs taux pour SFR et aussi l'un des meilleurs au monde. » Arnaud de Moissac est responsable du programme Efficacité énergétique de SFR. Le métier de cet ingénieur en génie électrique, passé par la R&D ? Utiliser tous les leviers pour que le site consomme le moins d'énergie. Les outils de cet écolo dans l'âme portent des noms peu connus du grand public, à l'image du *freecooling* qui consiste à utiliser l'air froid extérieur. À l'avenir, avec l'optimisation des applicatifs, Arnaud continuera de réaliser son objectif : baisser significativement l'énergie consommée, et tendre vers un taux toujours plus proche de 1.

OPTIMISATEUR ON DEMAND

« Puissance et répartition du débit » : tel est, pour Christophe Caillet, le diptyque de la qualité de service dans le domaine de la distribution de contenus. Chef de projet technique, Christophe fait le lien entre les équipes de déploiement, d'ingénierie, d'exploitation et de réseau. Il travaille depuis plus de deux ans à l'optimisation des flux data au sein du réseau de SFR, « de plus en plus nécessaire avec l'explosion de la TV de rattrapage et de la vidéo à la demande (VoD). » Photographié, justement, devant des baies de serveurs VoD pouvant servir 5 000 à 8 000 sessions vidéo simultanément, Christophe insiste sur un aspect clé : « Avec plusieurs points de présence délivrant du contenu sur le territoire, nous pouvons proposer une excellente expérience utilisateur à nos clients. Les baies devant lesquelles je me trouve, par exemple, ne sont qu'une partie d'un maillage très fin du territoire… »

— DATA : UN MONDE À EXPLORER —

TOUT PRÈS DU CLOUD

Chez SFR, Charles Sanchez, technicien informatique, est de ceux qui bâtissent le cloud computing : « Responsabilité des équipements, mise en baie, câblage, configuration et déploiement des systèmes d'exploitation : je fais du cloud une réalité. » Le défi du métier ? Que la promesse du cloud soit tenue : rapidité, disponibilité et qualité de service pour le client sans que celui-ci ne s'occupe de l'infrastructure. « Mon métier consiste aussi à comprendre les besoins des clients entreprise, faire en permanence évoluer leurs infrastructures et anticiper les développements techniques dont ils pourront bénéficier. »

C'EST POUR VOUS !

De la maîtrise de votre consommation à la puissance de la 4G, tour d'horizon des initiatives SFR qui augmentent votre capital digital !

LA PUISSANCE DE LA 4G ENFIN DISPONIBLE !

On l'attendait avec impatience… La 4G est désormais une réalité en France ! Après son lancement par SFR à Lyon le 29 novembre dernier puis à Montpellier, à Villeurbanne et à La Défense, les premiers utilisateurs sont unanimes : « il n'y a presque aucun temps d'attente » pour Amine, 37 ans. Thomas, 24 ans, parle d'un téléchargement « dix fois plus rapide qu'avec la 3G+ ». Du côté des usages, Thomas explique : « pour Google Street View, c'est vraiment intéressant, ainsi que pour Dropbox où le partage est super rapide ». Shirley, 18 ans, est désormais adepte de la visioconférence et « utilise Tango partout, la qualité de l'image est bluffante. » Une image telle que le streaming YouTube, la télé en direct ou la création de vidéos sont plébiscités par les nouveaux utilisateurs. « Il n'y a pas de pixellisation, c'est net », résume Shirley. Et une jeune fille de conclure : « une fois qu'on est habitué à ce que ce soit aussi rapide, la 3G+, ça fait un peu limite. »
Les futurs adeptes de la 4G n'ont plus longtemps à attendre : dès ce semestre Lille, Marseille, Strasbourg, Toulouse ainsi que d'autres villes (dont Paris, d'ici la fin de l'année), seront *4G ready* !
sfr.fr/4g
ateliersfr.fr

CLOUD ET TRANSFORMATION DES ENTREPRISES, DÉMONSTRATION !

Le cloud, tout le monde en parle. Mais quels sont concrètement les bénéfices que les entreprises peuvent en tirer ? C'est le sujet d'un livre blanc édité par SFR Business Team. Synthèse de points de vue éclairés et résultat d'un travail collaboratif en ateliers, il s'adresse à une cible large : aussi bien les entreprises désireuses de s'informer sur les intérêts business du cloud que les acteurs de ce nouvel écosystème numérique, éditeurs, start-up, intégrateurs, hébergeurs, etc. Membre pilote du projet, Christelle Loisel, responsable communication B to B chez SFR, précise : « Il était évident pour nous de créer ce livre blanc de manière collaborative, en adéquation avec les valeurs du Web, c'est-à-dire en y faisant intervenir les acteurs de l'innovation mais aussi les influenceurs du Web social. Nous livrons ici une vision partagée et accessible à tous, parce que la transformation numérique concerne toutes les entreprises. » Cette tribune met en valeur les bénéfices indéniables du cloud et interroge sur son avenir : amélioration des performances, développement de nouveaux business, et du côté des collaborateurs, un accès plus souple, plus fluide et plus simple à l'ensemble des données de l'entreprise. À consulter et commenter sans attendre.
www.audeladucloud.fr

PRESSE PARTOUT

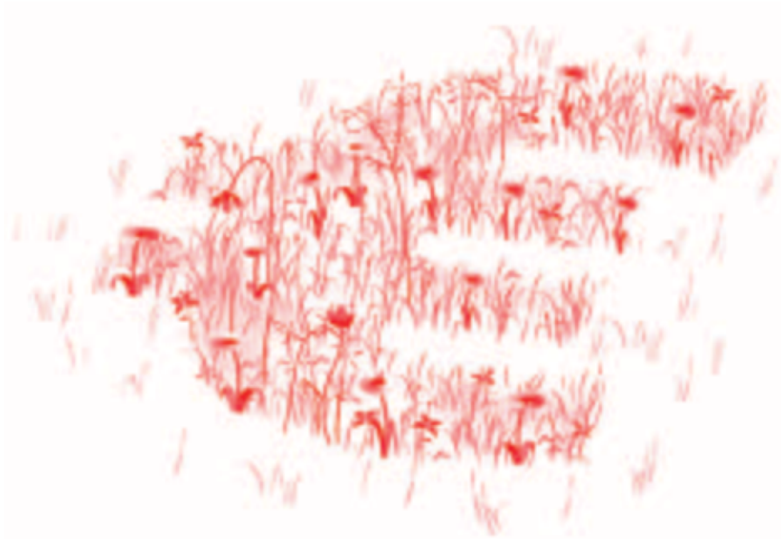
Accéder à vos journaux et magazines préférés partout et tout le temps, c'est désormais simple comme un clic ! Avec le kiosque numérique SFR Presse, vous pouvez acheter en ligne tous vos titres favoris et les stocker dans l'application gratuite bibliothèque SFR Presse, consultable aussi bien sur votre mobile que sur votre tablette ou votre ordinateur. Presse féminine, économique, voyage, people… Les titres disponibles, plus de trois cents, sont les mêmes que vos versions papier habituelles. Bonus tout de même, « certains magazines sont en moyenne 25 % moins chers quand ils sont en version numérique, et de nombreux titres sont accessibles en mode "article" pour une lecture optimisée sur votre écran », souffle Laurent Le Toriellec, responsable du pôle Lecture numérique chez SFR. Avis aux passionnés de news fraîches !
Application bibliothèque SFR Presse disponible sur l'App Store pour les iPhone et iPad, et depuis Google Play pour les mobiles et tablettes Android.
Boutique SFR Presse accessible depuis *presse.sfr.fr*

UNE APPLI POUR GÉRER SA CONSO

Attendre sa facture pour connaître sa conso, ça vous rappelle le siècle dernier ? L'appli SFR Mon compte, déjà bien connue des utilisateurs de mobiles, qui permet de suivre en temps réel sa consommation, de recharger son crédit Internet mobile, de gérer ses options et de voir le détail de ses factures, devient également disponible pour les clients fixes ! Du bout des doigts, l'appli permet de suivre sa consommation téléphonique fixe mais aussi ses achats de jeux et de VOD, de consulter le montant de ses dernières factures ou de voir le détail des abonnements souscrits. De nouvelles fonctionnalités sont prévues pour le premier semestre 2013, comme la gestion de ses options ou l'accès à sa facture en PDF.
En coulisses du projet, Frédéric Perchet, responsable de projets à la direction Développement terminaux et applications mobiles de SFR, détaille : « Quasiment toutes nos applications sont conçues et développées en interne, ce qui permet une grande proximité avec les équipes et optimise le temps de développement et la qualité. » Et pas besoin de patienter très longtemps : cette nouvelle version de SFR Mon compte est disponible sur les téléphones Android et iPhone, mais aussi sur Windows Phone 8 et sur les tablettes équipées de Windows 8 depuis début janvier.
sfr.fr

ÉCO-CALCULATEUR : GREEN ET SMART

« Réduire les impacts environnementaux et les dépenses des entreprises tout en gagnant en qualité de travail, c'est le parti pris par les nouveaux outils du digital que sont les solutions de visioconférence, d'audio et web-conférence, de téléprésence et de cloud » expose Élodie Béra, directrice de la Qualité et de la Performance SFR Business Team, la branche entreprises de SFR. Afin de quantifier les véritables bénéfices de ses services, SFR Business Team propose à ses prospects et clients l'éco-calculateur €cobySFR. Cet outil gratuit, rapide et facile d'utilisation, s'appuie sur les données fournies par l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (Ademe) et sur la méthode Bilan carbone. Il synthétise les gains potentiels d'une entreprise (réduction des émissions de CO2, des dépenses annuelles, gains de temps, etc.) liés à l'utilisation des solutions de cloud et de *business conferencing* de SFR Business Team.
À découvrir sans plus attendre sur *sfrbusinessteam.fr/ecobysfr*



FONDATION SFR : LE NUMÉRIQUE POUR TOUS

Pour la deuxième année consécutive, la Fondation SFR, qui œuvre depuis sept ans pour l'égalité des chances, a récompensé les lauréats de son appel à projet « Le numérique solidaire en faveur des personnes âgées », des acteurs associatifs qui agissent au plus près du terrain. Emmanuelle Potin, en charge du projet, explique : « Le palmarès a couronné cinq associations de la France entière, animées par l'envie de familiariser les personnes âgées avec le numérique, en les accompagnant dans leur utilisation quotidienne. Les seniors n'ont pas de connaissance intuitive du numérique mais ils sont très réceptifs à ce genre de projet. »
Deux des lauréats interviennent en milieu rural : l'association des pupilles de l'enseignement public de la Somme initie les personnes âgées à l'utilisation des outils informatiques, main dans la main avec les partenaires santé de la région, tandis que le centre social et culturel du pays de Mareuil (Dordogne) dépêche un bus pour organiser un ramassage de personnes isolées et les conduire à des ateliers d'initiation. Du côté des urbains, l'association Ramage (Paris), qui a reçu le grand prix des collaborateurs, forme de jeunes seniors aux outils informatiques afin qu'eux-mêmes puissent apprendre à des personnes âgées à s'en servir. Tous<>branchés.com (Moselle) dispense des ateliers itinérants dans les neuf Ehpad (établissements d'hébergement de personnes âgées dépendantes) associées au projet. Enfin, Informatique et Handicap (Seine-et-Marne) agit pour permettre à des personnes âgées en situation de handicap mental de participer à des ateliers d'art numérique.
Au total, ce sont 90 000 euros que la Fondation SFR a remis aux cinq associations dont le projet a été sélectionné. Celles-ci pourront également bénéficier du parrainage et du mécénat de compétences de collaborateurs SFR. Faire en sorte qu'en matière de numérique, personne ne soit laissé au bord de la route, tel est l'engagement de SFR.
fondationsfr.com

Carrément vous.

#PERSO : CHRONIQUES LIBRES

Ils pensent, ils agissent, SFR PLAYER leur donne la parole. Aujourd'hui, pour analyser le numérique, c'est mieux de le pratiquer. Bienvenue dans « #perso » : le fil des chroniques très personnelles de SFR PLAYER.

LA DIVERSITÉ **PAR L'INNOVATION**

Le journaliste et auteur Francis Pisani dresse le bilan de son tour du monde de l'innovation. Du Sénégal à la Russie en passant par la Chine ou l'Inde, top départ !

Francis Pisani
Chronique

La première joie au moment de dresser ce bilan succinct de Winch5, mon tour du monde de l'innovation, est de l'avoir mené à bien. Deux opérations au tendon d'Achille ne m'ont pas empêché de visiter quarante villes au lieu des trente annoncées. Et dans chacune d'entre elles, j'ai découvert des gens fabuleux qui travaillent avec enthousiasme à nous concocter un monde nouveau, à faire bouger le schmilblick.

« L'INNOVATION EST AFFAIRE D'ÉCOSYSTÈME, CE QUI PREND DU TEMPS À CONSTRUIRE. »

J'ai des réponses assez claires aux deux questions qui m'ont poussé à entreprendre cette aventure. 1) La Silicon Valley peut-elle se voir enlever sa position dominante ? 2) Les technologies de l'information et de la communication sont-elles un facteur d'homogénéisation de la planète ?

Je n'ai plus aucun doute sur le fait qu'on innove dans le monde entier et qu'on se donne les moyens de continuer. À terme, le passage à une planète innovante multipolaire est inévitable, mais la Silicon Valley conservera sa longueur d'avance pendant peut-être plus longtemps que je ne le croyais au départ (je disais que l'essentiel des innovations viendrait d'ailleurs dans un délai de cinq à dix ans).

N'IMPORTE OÙ

L'innovation est affaire d'écosystème, ce qui prend du temps à construire. Peu d'endroits ont à la fois les qualités techniques et les capacités financières de la Californie. La Russie, Israël, la Chine et l'Inde, ces autres grandes puissances technologiques, peuvent surprendre à court terme. Un jour viendra où des innovations disruptives proviendront d'ailleurs. La prochaine peut arriver demain de n'importe où. La tendance en est encore à ses balbutiements mais elle est assez claire pour qu'il devienne risqué de ne regarder que les États-Unis pour se faire une idée d'où viennent les changements.

Quant à la deuxième question, j'arrive à une conclusion inverse de celle de l'économiste Milton Friedman. La connectivité permet de voir, de travailler, d'entrer en compétition d'un bout de la planète à l'autre – et de donner ainsi l'impression que le monde est plat. Mais l'innovation distribuée qui caractérise les processus en cours est bien source de diversité.

Cela tient au fait que toute innovation est un assemblage d'éléments qui ne sont pas tous nouveaux pour résoudre localement un problème et/ou saisir une opportunité (qui peut vite devenir globale). Née de contextes toujours différents, l'innovation permet en outre à tous ceux qui s'y lancent d'envisager une modernisation à la fois ouverte et autochtone, qui ne dépend plus exclusivement de l'extérieur, des pays occidentaux. Elle devient ainsi acceptable, voire désirable pour tous ceux qui veulent changer. ■

Francis Pisani est journaliste indépendant, écrivain, documentariste, enseignant, blogueur et consultant. En 2011 et 2012 il a effectué un tour du monde de l'innovation et des médias sociaux, le projet Winch5, relayé notamment par LeMonde.fr et SFR PLAYER.

ÉCOLE : **RÉFORMES EN #COURS**

Comment la réforme de l'éducation peut-elle vraiment tenir ses promesses ? Le spécialiste de l'éducation Emmanuel Davidenkoff offre quelques pistes.

Emmanuel Davidenkoff
Chronique

L'école manque généralement ses rendez-vous avec les nouvelles technologies. La télévision n'a jamais sérieusement franchi le seuil des classes, l'ordinateur non plus – qu'on se souvienne du flop du plan « Informatique pour tous » au milieu des années 1980. La refondation annoncée par Vincent Peillon permettra-t-elle au numérique de faire exception ? Oui, à condition de ne pas traiter exclusivement les aspects techniques de la révolution numérique (matériel, tuyaux, haut débit, etc.) et la question des ressources (qui produit et certifie ce que l'on met dans les tuyaux). L'Éducation nationale et les collectivités sont probablement capables de mener à bien ces réflexions. Celles-ci sont en tout cas prises en considération, actées. Mais, selon moi, le principal bouleversement que le numérique introduit touche à la question de la *relation*.

RÉINVENTION

Relation au savoir bien sûr. La mise à disposition massive et proprement inhumaine de connaissances implique une rupture profonde avec la conception de l'enseignant « transmetteur » de connaissances telle qu'elle s'est bâtie depuis l'Antiquité. Persister à recruter les professeurs au principal regard de ce qu'ils savent n'a guère de sens : à la maîtrise des savoirs, qui demeure indispensable, et de leurs modalités de transmission, doit désormais s'ajouter la capacité à aider les jeunes à se repérer de manière autonome dans un univers où les frontières entre connaissances, informations, opinions se sont brouillées, et où les sollicitations ludiques ont explosé. Encore ne suffit-il pas d'initier les nouveaux enseignants à ces subtilités, il faut aussi y former les centaines de milliers de professeurs déjà en activité. Ce chantier n'a pas encore été ouvert.

Relation, aussi, aux élèves. On voit déjà à travers l'usage des réseaux sociaux de beaux exemples de réinvention du rapport professeurs-élèves. Ils font voler en éclat la notion de cours et tissent un lien spatiotemporel nouveau : le cours ne s'arrête pas dans l'enceinte de la classe ni dans les limites des horaires de présence. Rien, dans le statut actuel des enseignants, ne prend en compte cette évolution, sans parler des freins qu'opposent certains à cette montée de la fonction d'éducation aux côtés de la fonction d'instruction.

« ÉLÈVES ET PROFESSEURS TISSENT UN LIEN SPATIOTEMPOREL NOUVEAU. »

Relation, encore, entre les enseignants, qui sont de moins en moins dépendants de l'industrie du manuel scolaire ou de leur hiérarchie pour construire et échanger des outils pédagogiques, sans que leurs initiatives, parfois anciennes, soient réellement encouragées et accompagnées.

Relation corollaire, enfin, au sein de l'Éducation nationale, institution culturellement peu habituée à laisser s'exprimer des logiques *bottom-up*.

Installer les machines les plus puissantes, tirer les câbles des réseaux haut-débit les plus performants, produire les contenus les plus fiables, ne suffira pas à faire entrer la culture numérique à l'école qui, sur cette question, a non seulement besoin d'une refondation mais aussi d'une révolution copernicienne. Celle-ci reste à mener. ■

Emmanuel Davidenkoff est directeur de la rédaction de L'Étudiant *et chroniqueur sur France Info et à* L'Écho républicain. *Il a auparavant travaillé pour* Libération. *Il est l'auteur de plusieurs ouvrages dont* Réveille-toi Jules Ferry, ils sont devenus fous ! *(Oh ! Éditions, 2006) et* Comment la gauche a perdu l'école *(Hachette Littératures, 2003).*

OVER-**PERSONNEL ?**

Le responsable aux États-Unis de l'Atelier BNP Paribas nous met en garde face aux dangers de la personnalisation à outrance. Une chronique évidemment très personnelle.

Frédéric Tardy
Chronique

De la télévision qui reconnaît les personnes présentes dans le salon et adapte les contenus en fonction, jusqu'aux futures lunettes Google qui prévoient votre itinéraire (et vous proposent de vous arrêter ici ou là pour consommer), en passant par la possibilité d'imprimer chez soi des objets adaptés à ses goûts, nous vivons dans un monde hyper-personnalisé. Problème : ce monde est un vrai danger pour la démocratie.

« QUE SE PASSE-T-IL SI ON NE ME PARLE PLUS DU TSUNAMI AU JAPON PARCE QUE JE NE RÉAGIS À AUCUN MESSAGE PUBLICITAIRE LIÉ À DES SUSHIS ? »

MASSE

Les médias de masse ont parfois apporté aux peuples une nouvelle doctrine, et toujours une unité culturelle. Être français, ce n'est pas avoir lu Victor Hugo ; c'est le JT, la Ligue 1, la pub Panzani ou Pampers et une vague idée de Montesquieu. Or l'explosion de la bande passante permet la multiplication des chaînes de télévision et fragmente les audiences. On ne discute plus devant la machine à café du film de la veille sur « la Une » quand on peut zapper sur soixante-quinze chaînes, passer la soirée sur YouTube, télécharger la dernière série étrangère du moment, ou encore (comme cela se profile) recevoir un programme taillé sur mesure par une TV connectée qui a reconnu le visage de la personne qui la regarde.

TSUNAMI

Quand je passe près d'un kiosque à journaux, je suis exposé à la une de *Minute* et de *L'Humanité* même si je suis un lecteur assidu du *Monde*. Cette interaction forge mon opinion et m'ouvre sur celles des autres. Que se passe-t-il si tous les médias de masse se transforment en un contenu hyper-personnalisé pour mon smartphone, ma tablette et ma télé connectée, où seuls mes propres goûts politiques, sportifs et culturels me sont proposés ? Que se passe-t-il si on ne me parle plus du tsunami au Japon parce que je ne réagis à aucun message publicitaire lié à des sushis ?

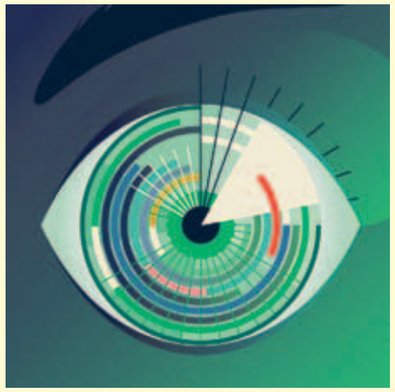
BULLE

En créant des millions de sources d'information et des journaux personnalisables, le Web a multiplié les occasions pour chacun de s'enfermer dans ses propres centres d'intérêt. Une tendance que les réseaux sociaux ne peuvent que renforcer, puisqu'on partage tous les intérêts de sa tribu. À chacun désormais sa bulle informationnelle, sa bulle audiovisuelle.
Une étude du laboratoire d'interaction virtuelle humaine de l'université de Stanford a montré que si on mêle par ordinateur le visage d'un candidat politique à celui du téléspectateur qui le regarde, alors ce dernier se trouve plus enclin à voter pour lui. De magnifiques perspectives pour les publicitaires adeptes de la personnalisation… mais une vraie menace pour l'idée d'un collectif partagé. ■

Frédéric Tardy est président de l'antenne américaine de l'Atelier, la cellule de veille en innovation de BNP Paribas. Il couvre aussi chaque semaine l'actualité technologique de la Silicon Valley à la radio sur BFM et dans Les Échos.

DONNÉES ET CONNAISSANCE

Le sociologue Dominique Pécaud nous le prouve : la prolifération de données ne crée pas automatiquement de la connaissance. Pour aborder le « data-déluge », la réappropriation de l'information par l'individu reste primordiale.



Dominique Pécaud
Chronique

La question des données et de leur valorisation comme sources de connaissances peut être abordée à travers la théorie anthropologique du don et du contre-don (Marcel Mauss, 1923). Ici, le don correspond à une prolifération de données, et le contre-don à la production de connaissances à usage théorique ou empirique. Marcel Mauss développe cette théorie du don en trois temps : donner, recevoir, rendre. Donner, par exemple, c'est relever les températures du thermomètre ; recevoir, c'est mettre en perspective ces données, comme le fait aux États-Unis la National Oceanic and Atmospheric Administration. Enfin, rendre (le contre-don) consiste à se poser la question : faut-il faire quelque chose contre le réchauffement climatique, et si oui, quoi ? Parmi ces trois éléments, le « recevoir » est souvent oublié.

DONNÉES PLURIELLES

Le big data, l'open data nous exposent à des données innombrables et diverses. Ces données n'accèdent au rang de connaissances que par l'interprétation : le « recevoir ». Par exemple, les Japonais de l'île de Miyato ont survécu au tsunami de 2011 car ils ont su respecter des données millénaires, transmises depuis des générations, et ont construit leurs maisons éloignées des côtes. Oubliant le « recevoir », des données économiques se sont imposées, poussant d'autres Japonais à s'établir au bord de la mer pour faciliter leur travail…
Pour des raisons politiques, cette fois-ci, la Grande-Bretagne est confrontée à une multiplication des images de vidéosurveillance. Cette multiplication rend de plus en plus difficile leur exploitation, leur « réception ». Ainsi, en 2008, 500 000 caméras londoniennes n'avaient permis d'élucider que 3 % des vols à la tire.

DIALECTIQUE

Les modes actuels de recueil de données ne se substituent pas aux anciens, tout comme la multiplication des données ne produit pas à coup sûr des connaissances. Les premiers imposent des manières de penser inédites. Les données d'aujourd'hui poussent dans l'oubli d'anciennes connaissances, et font croire, en contrepartie, en une maîtrise généralisée du monde. Donner, recevoir, rendre. Une illusion nous guette : passer directement du donner au rendre, et négliger le recevoir. La sophistication des modes d'extraction des données, l'augmentation de leur production et de leur disponibilité laissent croire à l'accroissement des connaissances. Elles imposent une vision du monde et des décisions prises au nom des data comme des évidences qui ne se discutent pas. Il importe de préserver la dialectique existant entre la fabrication « industrielle » des données et leur prise en compte volontaire par les citoyens. Il en va de la préservation de soi et des autres dans la fabrication d'un monde sans conscience. ■

« N'OUBLIONS JAMAIS QUE LES DONNÉES N'ACCÈDENT AU RANG DE CONNAISSANCES QUE PARCE QU'ELLES SONT INTERPRÉTÉES. »

Dominique Pécaud est maître de conférences habilité à diriger des recherches en sociologie, directeur de l'Institut de l'homme et de la technologie à Polytech Nantes et chercheur au Centre François-Viète à l'université de Nantes.

LE TAG FATAL

Quand les outils numériques se mettent à la disposition d'un polar des plus noirs, cela donne cette nouvelle de la jeune écrivaine Cécile Collette.

Cécile Collette
Fiction

En partenariat avec
Usbek & Rica
*(*usbek-et-rica.fr*)*

Le commissaire Hades ouvrit péniblement un œil. Un gong résonnait dans sa tête. Il avait trop bu la veille. C'était le réveillon. Champagne. Au début. Il avait ensuite débuté l'année 2020 à la vodka. Puis rideau noir. Les bips entendus n'étaient pas une céphalée. Au pied du lit, sa tablette numérique sonnait. L'alerte e-crime s'était déclenchée. Il était dix heures du matin. Les morts ne font pas la grasse matinée. Il vit un message de l'inspecteur Bonsergent : corps trouvé à 9 h 46 quai Voltaire, femme, 20 ans environ, décès autour de 5 heures. Probable strangulation. Secteur bouclé. À gauche de l'écran, une icône permettait d'accéder à un plan modélisé du lieu. À droite, une photo du cadavre. Hades respira un grand coup, et du bout du doigt toucha la trépassée. Cet effleurement tactile n'allait pas la ressusciter. Déjà froide, une blonde apparut en plein écran. Allongée sur le pavé, en bord de Seine. Elle ne portait qu'une robe en métal doré, en vogue cet hiver-là. Il appela Bonsergent : « J'arrive. Aucun papier ? Pas de sac ? Le légiste est sur place ? Envoyez-moi le code ADN dès que vous l'avez. »

Le temps de prendre une douche, le code était arrivé. Il espérait que la belle était dans le fichier national. Ça lui ferait gagner du temps. Il prit une aspirine et entra le code dans le fichier des empreintes génétiques. Bingo ! La fille avait acheté un gramme d'euphoria en 2018, et s'était fait pincer par les stups. Elle s'appelait Marie Dufleuve. Ironie macabre. Elle habitait Paris, étudiante, 22 ans. Il prit sa tablette et monta dans un taxi.

À tout hasard, il appela en chemin le numéro de portable mentionné. Après de longues secondes, une voix d'outre-tombe répondit. Hades eut froid dans le dos.

– Marie ?

– Non, c'est Deborah. Bonne année !

Ladite Deborah semblait encore ivre.

– C'est la police. Pourquoi avez-vous ce téléphone ?

– Je suis la colocataire de Marie. Elle a oublié son portable hier en partant à la fête, elle l'a confondu avec sa carte Vitale. Moi je suis restée à la maison avec des copains. Elle n'est pas là.

– Quelle fête ? Elle est partie à quelle heure ? Avec qui ?

– La soirée sur le pont des Arts. Elle a bougé toute seule vers 23 heures, rejoindre un type. Qu'est-ce qu'il se passe ?

– Une sale affaire. Je vous rappelle plus tard.

Hades arrivait quai Voltaire. Il attendait d'en savoir plus. Sa migraine ne passait pas. La police scientifique était là. Bonsergent vint à sa rencontre. Hades eut un haut-le-cœur. Vodka.

– Bon, qu'est-ce qu'on a ? Apparemment la fille a passé le réveillon sur le pont des Arts, à quatre cents mètres.

– D'après les premières analyses, elle a été étranglée et a chuté sur le quai. Cervicales brisées. On n'a rien trouvé aux alentours. Faut remonter la piste aux indices jusqu'au pont.

Cette perspective épuisait déjà Hades. Il s'assit et alluma sa tablette.

– Trop fastidieux. D'abord, on va voir si Marie a été taguée sur des photos en ligne.

Il sonda tous les réseaux sociaux. Rien. Il chercha à partir du code IR (*immediate response*) du pont des Arts, un tag passif capté par des centaines de e-phones durant le réveillon. Le résultat fut immédiat : quatre mille photos. Il resserra sa recherche sur la tranche horaire minuit-5 heures. Il restait deux mille photos. Il regarda le corps de Marie, sur la civière.

– Attendez, elle doit avoir un code IR, sa robe !

Il s'approcha du cadavre. En une seconde, sa tablette authentifia le code. Il chercha les photos ayant tagué automatiquement le vêtement. Trente photos, prises durant la fête. Trois filles avaient la même robe. Elles ont dû se détester, pensa Hades. Il repéra Marie, la seule blonde. On la voyait danser face au DJ, ses cheveux créant un halo. Il remarqua que le morceau du DJ, diffusé à partir de son lecteur SonoZ, avait aussi déclenché un tag.

Dans le coin d'une autre photo, il distingua, au milieu d'une foule hébétée, Marie qui parlait au DJ. Hades eut un pressentiment. Le corps de Marie partait à la morgue pour son autopsie.

Soudain une photo fut déposée sur Instantanix. On y voyait un couple de Japonais sur le tram fluvial, celui de 5 heures du matin. Les codes IR de la robe et du SonoZ avaient déclenché un tag. Hades zooma en touchant sa tablette. En arrière-plan, sur le parapet du quai, on distinguait le DJ en train d'embrasser Marie. Mais en règlant les contrastes, on remarquait ses mains étreignant sa gorge. Hades dit à ses hommes de pister immédiatement le DJ. Il était midi et demie. Il pensa alors à ce tube de son enfance, « Last Night a DJ Saved My Life », et se dit que l'époque avait changé. Il prit une autre aspirine et alla se recoucher. ■

Née en 1981, Cécile Collette est une journaliste tout terrain capable de réaliser des reportages télé pour Arte sur l'assassinat de Pasolini ou d'écrire une brève histoire de la torture pour le magazine Usbek & Rica. *Elle publiera son premier livre,* La Violence, *en mars prochain, dans la nouvelle collection « Le monde expliqué aux vieux » coéditée par 10/18 et* Usbek & Rica.

— FICTION —

« AU PIED DU LIT, SA TABLETTE NUMÉRIQUE SONNAIT. L'ALERTE E-CRIME S'ÉTAIT DÉCLENCHÉE. »

TART-UP !

En partenariat avec l'Atelier BNP Paribas aux États-Unis, SFR PLAYER vous propose une série de portraits d'entreprises traditionnelles qui ont pris l'ascenseur digital – avec succès. À San Francisco, une jeune entreprise spécialisée dans les tartes répond à ses commandes sur… Twitter ! SFR PLAYER a voulu en savoir plus sur ce commerce propulsé par des outils numériques.

•Quel est votre parcours ? Aviez-vous un commerce traditionnel avant d'ouvrir Vive la tarte ?
Julie et Arnaud Goethals : Notre parcours est plutôt original. Nous venons de Belgique et nous étions tous les deux consultants en management. Nous avons échangé nos costumes pour des tabliers, sans expérience préalable du secteur. Nous sommes partis d'un livre de cuisine belge, *Le Livre de cuisine à quatre mains*, écrit par deux personnes de notre famille. Notre objectif était de créer des tartes uniques en combinant artisanat européen et produits locaux californiens. La dimension digitale de Vive la tarte nous est apparue comme indispensable dans un lieu comme San Francisco et la Silicon Valley. Dès la création de l'entreprise, le numérique représentait pour nous la possibilité d'offrir une expérience nouvelle à nos clients, en utilisant le réseau comme un outil de commande facile et rapide. Cela nous a également permis de créer une communauté autour de Vive la tarte, un « bouche à oreille digital » en quelque sorte.

•Comment Twitter est-il apparu dans l'équation ?
Du fait de sa simplicité et de son minimalisme, Twitter nous permet d'interagir avec nos clients de façon

quotidienne. Nous accordons beaucoup d'importance au contenu de notre fil, qui couvre des sujets tels que l'agriculture durable, la communauté culinaire ou les processus innovants. Twitter nous permet aussi d'obtenir un retour des clients et de connaître leurs idées pour de nouveaux produits. Aujourd'hui, entre 15 % et 20 % des commandes entrent via Twitter, et ce chiffre est en hausse continue.

•Par quelles étapes êtes-vous vous-mêmes passés pour digitaliser votre business ? Quelles erreurs avez-vous faites et qu'en avez-vous appris ?
Au départ, nous avons investi beaucoup d'efforts dans un site e-commerce, censé proposer une expérience différente. Il s'est avéré que c'était très coûteux. Après quelques mois de travail, nous avons décidé de revoir notre stratégie et nous avons finalement opté pour une solution beaucoup plus simple : Twitter.

•Que conseilleriez-vous à un entrepreneur qui souhaiterait se mettre à vendre ses produits via Internet ?
Il faut se demander comment optimiser l'utilisation des réseaux et applications existants. Une campagne de photos sur Instagram ou le partage massif d'un message sur Twitter peuvent être bien plus puissants, et moins coûteux, qu'une approche plus classique. Ces outils permettent aussi à l'entrepreneur de rester concentré sur son produit, au lieu de se transformer en développeur.

•De manière plus générale, comment pensez-vous que les outils numériques actuels peuvent donner de nouvelles idées et faire grandir les entreprises traditionnelles ?
Le digital permet de construire un dialogue continu avec ses clients, d'offrir plus de transparence sur son business et d'étendre les sujets de conversation au-delà de l'entreprise elle-même, et aussi d'obtenir un retour immédiat de la part de la clientèle. Le résultat est une clientèle mieux informée, plus engagée et plus fidèle.

•Auriez-vous pu monter ce business en Europe ?
À San Francisco, Vive la tarte travaille pour des entreprises technos, qui essaient de garantir à leurs employés une offre alimentaire saine et durable. Par ailleurs, l'utilisation de réseaux comme Twitter est plus faible en Europe qu'aux États-Unis. Dans ce contexte, Vive la tarte n'aurait pas forcément connu un succès équivalent en Europe.

•Il paraît que vous servez les bureaux de Twitter. Vous avez discuté de votre service avec eux ?
Après quelques mois de lancement, nous avons été approchés par Twitter, qui a intégré Vive la tarte dans une campagne nationale vue plus de 140 000 fois sur Youtube. Depuis, nous fournissons Twitter avec des produits personnalisés tels que le « Tweetamisu » et la mousse au chocolat « Chirp » ! ■

vivelatarte.com

Et si vous allez à San Francisco, vous pourrez commander une tarte auprès de @Tarte !

En partenariat avec :

L'ATELIER BNP PARIBAS GROUP

SFR Business Team
Faire équipe avec vous

Comment le Cloud accélère la transformation numérique des entreprises?

Les réponses dans le Livre Blanc «***Au-delà du Cloud***»

30 experts réunis livrent leur point de vue. Retrouvez leurs échanges et prenez part au débat sur le Livre Blanc : audeladucloud.fr

FIXE | MOBILE | CONVERGENCE | CLOUD*

sfrbusinessteam.fr SFR Business Team, marque du groupe SFR, est à destination des entreprises.

* cloud computing = informatique en nuage

SFR - S.A. au capital de 3 423 265 598,40 € - RCS Paris 343 059 564